

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA

EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA PRÁVA

Nekalá soutěž

Unfair competition

Student: Bc. Eliška Niemczyková
Vedoucí diplomové práce: JUDr. Bohuslav Halfar

Ostrava 2010

„Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou diplomovou práci, včetně příloh, vypracovala samostatně a uvedla jsem veškerou použitou literaturu a další prameny.“

V Ostravě dne

Eliška Niemczyková

.....

Poděkování

Největší poděkování patří mému vedoucímu práce JUDr. Bohuslavu Halfarovi za věcné připomínky a rady z oblasti trestního práva. Rovněž mu vděčím za jeho přístup a ochotu pomoci mi v situacích, kdy mé myšlenkové pochody potřebovaly povzbudit novými nápady. Dále si mé poděkování zasloužil Mgr. Adam Ptašník, Ph.D. za pomoc a rady při rozboru případů z praxe a za odborné rady v oblasti obchodního práva.

OBSAH

ÚVOD	1
1 EKONOMICKÉ A PRÁVNÍ POJETÍ NEKALÉ SOUTĚŽE	3
1.1 Ekonomické pojetí nekalé soutěže	3
1.2 Právní pojetí nekalé soutěže.....	5
1.2.1 Obchodní zákoník	6
1.2.1.1 Generální klauzule	7
1.2.1.2 Skutkové podstaty nekalé soutěže	9
1.2.1.3 Zabraňovací soutěž	17
1.2.1.4 Právní prostředky ochrany proti nekalé soutěži	19
1.2.2 Trestní zákon vs. trestní zákoník.....	21
1.2.2.1 Trestní zákon	21
1.2.2.2 Trestní zákoník	22
2 PŘÍČINY A DŮSLEDKY NEKALOSOUTĚŽNÍHO JEDNÁNÍ	28
2.1 Příčiny	28
2.2 Důsledky	30
2.2.1 Důsledky pro spotřebitele	30
2.2.2 Ekonomické důsledky.....	30
2.2.3 Právní důsledky.....	31
3 NÁVRHY A DOPORUČENÍ PRO PRAXI	36
3.1 Příklad zfalšované laboratorní zkoušky	36
3.2 Srovnávací reklama	42
3.3 Návrhy a doporučení.....	48
3.3.1 Zhodnocení legislativy týkající se nekalé soutěže	48
3.3.2 Vlastní návrhy a doporučení.....	49
ZÁVĚR	51
POUŽITÉ ZDROJE	53
SEZNAM ZKRATEK.....	55
PROHLÁŠENÍ O VYUŽITÍ VÝSLEDKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE	56
SEZNAM PŘÍLOH	57

ÚVOD

Projevy nekalosoutěžního jednání jsou všude kolem nás, aniž bychom to vnímali. V mém blízkém okolí jsem se s těmito projevy již setkala. Z toho důvodu jsem se chtěla o této problematice dozvědět více a zvolila jsem téma nekalá soutěž.

Nekalá soutěž je velmi obsáhlé a zajímavé téma dotýkající se také spotřebitelů. Pro tuto práci jsem tedy zvolila tu část, která se nejvíce týká právě jich.

Práce je rozdělena do tří hlavních kapitol. První kapitola pojednává o ekonomickém a právním pojetí nekalé soutěže. V ekonomickém pojetí je pojednáno o tom, jak nekalá soutěž ovlivňuje ekonomiku, konkurenceschopnost a vztahy mezi podnikateli, kteří spolu soupeří. Právní pojetí rozvádí související právní předpisy a konkrétní ustanovení týkající se nekalé soutěže. Tato ustanovení jsou podrobněji rozepsána a vysvětlena.

Příčiny a důsledky jsou popsány v následující kapitole. Ekonomické příčiny jsou stěžejní. Důsledky jsou rozsáhlejší. Můžeme zde zařadit jak důsledky ekonomické tak právní, které dále dělíme.

V poslední kapitole s názvem návrhy a doporučení pro praxi, jsou uvedeny dva případy z mého blízkého okolí. První případ se týká zfalšované laboratorní zkoušky a druhý případ, v němž figurují dva srovnávací dokumenty, se týká srovnávací reklamy. Oba případy popíši a určím, zda se zde skutečně jedná o nekalou soutěž či ne. Pokud zjistím, že ano, navrhnou opatření, která by mohla poškozená strana uplatnit v souvislosti s těmito případy. Jelikož ani jeden z těchto případů nebyl nijak soudně řešen, pozastavím se i nad tím, proč poškozená strana neučinila právní kroky vedoucí k eliminaci nekalosoutěžního jednání konkurence. V závěru této kapitoly se zamyslím nad současnou legislativou týkající se nekalé soutěže, rozeberu jednotlivé právní předpisy a ustanovení a vyslovím vlastní názor na to, zda je stávající legislativa v této oblasti postačující.

Když jsem se začala zajímat o toto téma, zjistila jsem, že spory z nekalé soutěže se soudily často v 90 letech. V poslední době se u soudu téměř nevyskytují. V praktické části se pokusím vysvětlit, proč tomu tak je.

Cílem práce je seznámit čtenáře s problematikou nekalé soutěže. Vysvětlit související pojmy a ukázat, jak úzce souvisí tato oblast s ekonomikou. Dále bych chtěla na příkladech, uvedených ve třetí kapitole, poukázat na to, jak jsou právní předpisy týkající se nekalé soutěže využívány.

1 EKONOMICKÉ A PRÁVNÍ POJETÍ NEKALÉ SOUTĚŽE

Předmětem této práce je nekalá soutěž, která je součástí hospodářské soutěže. Abych mohla začít vysvětlovat tento pojem, musím nejprve vysvětlit, co je to hospodářská soutěž.

Definovat pojem hospodářská soutěž je velmi obtížné, proto nenajdeme v žádném právním předpise přesnou definici. Právní věda i praxe se proto spokojují s ekonomickým pojetím hospodářské soutěže, anebo jen s jejím intuitivním chápáním.¹

Žďárský zmiňuje ve svém článku (Civilněprávní a trestněprávní souvislosti nekalé soutěže a ochrany proti ní, 2003, str. 354) dvě definice hospodářské soutěže:

„Hospodářskou soutěž lze vymezit jako proces střetu různých zájmů různých subjektů v oblasti trhu, na který vstupují s cílem získání prospěchu.“

„Soupeření podnikatelských subjektů v hospodářské oblasti s cílem předstihnout jiné subjekty a dosáhnout tím hospodářského prospěchu.“

V následujících podkapitolách se pokusím vymezit nekalou soutěž jak z pohledu ekonomického, tak z pohledu právního.

1.1 Ekonomické pojetí nekalé soutěže

„Soutěžení vzniká mezi těmi, kdož si hospodářsky konkurují, z ekonomických příčin: nikoli z důvodu, že by snad zákon těmto subjektům právo soutěžit povolil. Konkurenční boj vzniká jako kauzálně nutný jev všude tam, kde je trh. Zákon nemůže povolit jeho existenci; stejně tak ji nemůže ani efektivně zakázat.“: Eliáš a spol. (2007, str. 300).

Předpoklad pro vznik soutěžního vztahu je splněn tehdy, existuje-li na trhu několik subjektů, které vyrábějí zboží a služby, mezi nimiž si spotřebitel může

¹ Eliáš, K.; Bejček, J.; Hajn, P.; Ježek, J. a kol. Kurs obchodního práva. 5. vydání. Praha: C. H. Beck, 2007. 610 s. ISBN 978-80-7179-583-4 (strana 284)

vybírat.² Z tohoto vyplývá, že subjekty soutěžící na trhu mezi sebou svádějí konkurenční boj. Konkurenční boj související s postavením společnosti na trhu nebo boj o získání většího počtu zákazníků. Takovýto boj svádějí například i v případě hledání odběratelů či dodavatelů.

Související pojmy:

Trh zboží a služeb – místo, kde se setkává nabídka s poptávkou po zboží a službách.

Substituty – jsou statky, které se vzájemně nahrazují.³ Jsou to například různé druhy pečiva, vlaková a autobusová doprava.

Konkurence – z latinského concurrere, „vést spolu“, „běžet spolu“. Obecně můžeme konkurenci definovat jako rivalitu, boj o moc.

Konkurenceschopnost – je schopnost subjektů pohybujících se na trhu zboží a služeb obstát v boji s ostatními subjekty.

Podnikatel – definice tohoto pojmu vychází z § 2 ObchZ. Podnikatelem podle tohoto zákona je:

- a) osoba zapsaná v obchodním rejstříku,
- b) osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění,
- c) osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů,
- d) osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu.⁴

Podnikáním se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.⁵

Spotřebitelem je fyzická nebo právnická osoba, která nakupuje výrobky nebo užívá služby za jiným účelem než pro podnikání s těmito výrobky nebo službami.⁶

² Eliáš, K.; Bejček, J.; Hajn, P.; Ježek, J. a kol. Kurs obchodního práva. 5. vydání. Praha: C. H. Beck, 2007. 610 s. ISBN 978-80-7179-583-4 (strana 300)

³ Business center.cz. Dostupné z: <<http://business.center.cz/business/pojmy/p890-substituty.aspx>>. [citováno 2010-03-22]

⁴ Zákon č. 513/1991 Sb. Obchodní zákoník

⁵ Zákon č. 513/1991 Sb. Obchodní zákoník

⁶ Zákon č. 634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele

Zákazník (spotřebitel) má možnost zvolit si takový výrobek, který je pro něj z různých důvodů lepší nebo výhodnější. Podnikatelé spolu tedy svádějí boj o zákazníky jednak způsobem zcela legálním, jako je například nižší cena a lepší kvalita výrobku a jednak používají nekalých soutěžních praktik, jako je například klamání spotřebitele nepravdivými údaji, podplácení odběratelů z důvodu dlouhodobých odběrů a nepřecházení ke konkurenci aj.

Důvodem pro takovéto užívání nekalých soutěžních praktik může být zejména:

- touha po vyšším zisku
- snaha zviditelnit svou firmu na trhu
- snaha zničit konkurenci nebo ji alespoň oslabit

Důsledky takového jednání pak vymezuje zákon. Počínaje zdržení se nekalosoutěžního jednání až po odnětí svobody.

Ekonomické pojetí nekalé soutěže bude podrobněji rozvedeno ve druhé kapitole týkající se příčin a důsledků nekalosoutěžního jednání.

1.2 Právní pojetí nekalé soutěže

Pro právo hospodářské soutěže, stejně jako pro právo obchodní platí, že se zde střetává úprava soukromoprávní a veřejnoprávní. Soutěžní právo se tak dělí na dva velké okruhy.⁷

Jako právo proti omezování soutěže označujeme skupinu právních norem, jejichž účelem je zabránit jednání sledujícím omezování nebo vyloučení soutěže. Jde o snahy směřující proti ekonomické soutěži jako takové. V téže souvislosti se často mluví o právu antimonopolním nebo kartelovém. Tato úprava má veřejnoprávní povahu. Naproti tomu právní normy, které zabraňují deformování soutěžních pravidel, označujeme jako právo nekalé soutěže. Zde převažují soukromoprávní rysy.⁸

⁷ Eliáš, K.; Bejček, J.; Hajn, P.; Ježek, J. a kol. Kurs obchodního práva. 5. vydání. Praha: C. H. Beck, 2007. 610 s. ISBN 978-80-7179-583-4 (strana 286)

⁸ Eliáš, K.; Bejček, J.; Hajn, P.; Ježek, J. a kol. Kurs obchodního práva. 5. vydání. Praha: C. H. Beck, 2007. 610 s. ISBN 978-80-7179-583-4 (strana 286)

O této skutečnosti pojednává § 42 ObchZ:

(1) Zneužitím účasti v hospodářské soutěži je nekalé soutěžní jednání (dále jen "nekalá soutěž") a nedovolené omezování hospodářské soutěže.

(2) Nedovolené omezování hospodářské soutěže upravuje zvláštní zákon.⁹

Zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže se věnuje ochraně veřejnoprávní úpravy hospodářské soutěže. Naproti tomu § 44 - § 54 zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník vymezuje pojem nekalé soutěže a právní prostředky ochrany proti nekalé soutěži.

Pro tuto práci je tedy stěžejním právním předpisem právě obchodní zákoník. V oblasti trestněprávní pak zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník, který nabyl účinnosti k 1. 1. 2010. Do konce roku 2009 však v České republice platil zákon č. 140/1961 Sb., trestní zákon, proto budu ve své práci využívat obou těchto právních předpisů a uvedu porovnání změn týkajících se nekalé soutěže.

1.2.1 Obchodní zákoník

Jedním z důležitých ustanovení je § 41 ObchZ, který definuje účastníky hospodářské soutěže.

Fyzické i právnické osoby, které se účastní hospodářské soutěže, i když nejsou podnikatelé, mají právo svobodně rozvíjet svou soutěžní činnost v zájmu hospodářského prospěchu a sdružovat se k výkonu této činnosti; jsou však povinny přitom dbát právně závazných pravidel hospodářské soutěže a nesmějí účast v soutěži zneužívat.¹⁰

Toto ustanovení konstituuje právo na účast v hospodářské soutěži pro všechny, kdo se jí chtějí a mohou účastnit, tedy jak pro fyzické osoby, tak pro právnické osoby, podnikatele i osoby, které podnikateli nejsou. Toto ustanovení navíc ustanovuje zásadu svobodné soutěže a stanoví určitá kritéria a podmínky, za nichž je účast v soutěži přípustná.¹¹

⁹ Zákon č. 513/1991 Sb. Obchodní zákoník ve znění pozdějších předpisů

¹⁰ Zákon č. 513/1991 Sb. Obchodní zákoník

¹¹ Štenglová, I., Plíva, S., Tomsa, M. a kol. Obchodní zákoník. Komentář. 8. vydání. Praha: C. H. Beck, 2003, 1443 s. ISBN 80-7179-685-9 (strana 121)

1.2.1.1 Generální klauzule

V § 44 odst. 1 zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník najdeme základní ustanovení o nekalé soutěži, které je svou obecnou povahou považováno za generální klauzuli. Generální klauzule je zákonné ustanovení obecně popisující určitou právní zásadu, pro konkrétní aplikaci obvykle vyžaduje další upřesnění.¹² Jejím úkolem je v tomto případě stanovit základní kritéria pro posuzování určitého jednání jako nekalé soutěže. Ve druhém odstavci je uveden výčet skutkových podstat. Tyto skutkové podstaty zdaleka nejsou všechny, je to jen výčet některých typických jednání.¹³

(1) Nekalou soutěží je jednání v hospodářské soutěži, které je v rozporu s dobrými mravy soutěže a je způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo spotřebitelům. Nekalá soutěž se zakazuje.

(2) Nekalou soutěží podle odstavce 1 je zejména:

- a) klamavá reklama,*
- b) klamavé označování zboží a služeb,*
- c) vyvolávání nebezpečí záměny,*
- d) parazitování na pověsti podniku, výrobků či služeb jiného soutěžitele,*
- e) podplácení,*
- f) zlehčování,*
- g) srovnávací reklama,*
- h) porušování obchodního tajemství,*
- i) ohrožování zdraví spotřebitelů a životního prostředí.¹⁴*

Výraz nekalá soutěž právní věda interpretuje jako metody soutěže, které právo zapovídá bez ohledu na to, zda k nim vedlo jednání zaviněné či nezaviněné.¹⁵

Jednání v rozporu s generální klauzulí i jednání vytčená ve zvláštních skutkových podstatách jsou koncipována jako civilní delikty ohrožovací. Tzn., že

¹² Business center.cz. Dostupné z: <<http://business.center.cz/business/pojmy/p1778-generalni-klauzule.aspx>> [citováno 2010-04-18]

¹³ Štenglová, I., Plíva, S., Tomsa, M. a kol. Obchodní zákoník. Komentář. 8. vydání. Praha: C. H. Beck, 2003, 1443 s. ISBN 80-7179-685-9 (strana 127)

¹⁴ Zákon č. 513/1991 Sb. Obchodní zákoník

¹⁵ Žďárský, Z. Civilněprávní a trestněprávní souvislosti nekalé soutěže a ochrany proti ní. Trestněprávní revue, 2003, č. 12

se postižený může domáhat nápravy nejen tehdy, když mu z takového nenáležitého jednání vznikla újma, ale již v tom okamžiku, kdy mu taková újma teprve hrozí.¹⁶

O nekalou soutěž jde, jsou-li kumulativně splněna její základní kritéria:

- 1) musí jít o jednání v hospodářské soutěži,
- 2) jednání musí být v rozporu s dobrými mravy soutěže,
- 3) jednání musí být objektivně s to přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo spotřebitelům.¹⁷

Ad 1) Jak již bylo zmíněno dříve, pojem hospodářská soutěž nemá v právních předpisech přesnou definici. Důležité je vždy zjistit, zda v konkrétním případě jde skutečně o soutěžní vztah, protože pokud tomu tak není, nelze jednání, byť jakkoli nepatřičné, postihovat podle ustanovení tohoto zákona.¹⁸

Ad 2) Judikatura odlišuje důsledně pojem dobrých mravů soutěže od dobrých mravů obecně a svazuje je s principy hospodářského a obchodního styku. Pro postih postačí, aby posuzované jednání bylo objektivně v rozporu s dobrými mravy soutěže. Existence rozporu s dobrými mravy je otázkou právní, nikoliv skutkovou. Skutkovou otázkou je pouze zjištění obsahu jednání, které se vytýká jako odporující dobrým mravům soutěže, a rovněž i zjištění názorů obchodních kruhů i veřejnosti na takové jednání.¹⁹

Ad 3) Újma je širším pojmem než škoda a zahrnuje i újmu imateriální. Není však podmínkou, aby taková újma skutečně vznikla, pro postih postačí, že její vznik objektivně hrozí.²⁰ „*Jestliže je druhým působena hospodářská újma takovými prostředky, které jsou v hospodářském boji považovány za soutěžně slušné, nelze z toho vyvozovat protiprávnost takového jednání*“, jak tvrdí Hajn (2000, str. 127)

¹⁶ Štenglová, I., Plíva, S., Tomsa, M. a kol. Obchodní zákoník. Komentář. 8. vydání. Praha: C. H. Beck, 2003, 1443 s. ISBN 80-7179-685-9 (strana 125)

¹⁷ Štenglová, I., Plíva, S., Tomsa, M. a kol. Obchodní zákoník. Komentář. 8. vydání. Praha: C. H. Beck, 2003, 1443 s. ISBN 80-7179-685-9 (strana 125)

¹⁸ Štenglová, I., Plíva, S., Tomsa, M. a kol. Obchodní zákoník. Komentář. 8. vydání. Praha: C. H. Beck, 2003, 1443 s. ISBN 80-7179-685-9 (strana 125)

¹⁹ Štenglová, I., Plíva, S., Tomsa, M. a kol. Obchodní zákoník. Komentář. 8. vydání. Praha: C. H. Beck, 2003, 1443 s. ISBN 80-7179-685-9 (strana 126)

²⁰ Štenglová, I., Plíva, S., Tomsa, M. a kol. Obchodní zákoník. Komentář. 8. vydání. Praha: C. H. Beck, 2003, 1443 s. ISBN 80-7179-685-9 (strana 126)

Jednání, která jsou uvedena ve druhém odstavci § 44 ObchZ, budou kvalifikována jako nekalá soutěž pouze tehdy, pokud budou současně splněny všechny obecné podmínky obsažené v generální klauzuli. Tedy, při aplikaci dílčích skutkových podstat musí být brána v úvahu generální klauzule. Opačná závislost neplatí.²¹

1.2.1.2 Skutkové podstaty nekalé soutěže

Vzhledem k tomu, že výčet skutkových podstat je dosti obsáhlý a rozsah této práce nedovoluje zabývat se všemi dopodrobna, rozhodla jsem se vybrat si pro tuto práci pouze některé skutkové podstaty, které popíši podrobněji a ostatní skutkové podstaty vysvětlím jen velmi stručně.

Pro podrobný popis jsem zvolila klamavou reklamu a srovnávací reklamu. Tyto skutkové podstaty jsem si vybrala z toho důvodu, že velmi ovlivňují spotřebitele a aniž bychom to tušili, máme téměř denně na očích jejich projevy. Srovnávací reklama je pak předmětem jednoho z případů popisovaných ve třetí kapitole.

Nyní k jednotlivým skutkovým podstatám.

§ 45 Klamavá reklama

(1) Klamavou reklamou je šíření údajů o vlastním nebo cizím podniku, jeho výrobcích či výkonech, které je způsobilé vyvolat klamnou představu a zjednat tím vlastnímu nebo cizímu podniku v hospodářské soutěži prospěch na úkor jiných soutěžitelů či spotřebitelů.

(2) Za šíření údajů se považuje sdělení mluveným nebo psaným slovem, tiskem, vyobrazením, fotografií, rozhlasem, televizí či jiným sdělovacím prostředkem.

(3) Klamavým je i údaj sám o sobě pravdivý, jestliže vzhledem k okolnostem a souvislostem, za nichž byl učiněn, může uvést v omyl.²²

Pojem reklama je definován mnoha způsoby. Tady jsou některé z nich:

²¹ Hajn, P. Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži. Brno: Masarykova univerzita, 2000. 329 s. ISBN 80-210-2282-5 (strana 126)

²² Zákon č. 513/1991 Sb. Obchodní zákoník

Hajn (str. 312), v knize Kurs obchodního práva, definuje reklamu jako: *„Formu hospodářské propagace, v níž se používají nejrůznější prostředky k hromadné nabídce zboží nebo služeb a také k podchycení pozornosti a vyvolání zájmu potenciálního zákazníka. Reklamu lze charakterizovat také jako (zpravidla placenou) formu neosobní prezentace výrobků nebo služeb prostřednictvím komunikačního média.“*

Zákon č. 40/1995 Sb. o regulaci reklamy definuje reklamu takto: *„Reklamou se rozumí oznámení, předvedení či jiná prezentace šířené zejména komunikačními médii, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb, propagaci ochranné známky, pokud není dále stanoveno jinak.“*

Kodex Rady pro reklamu definuje reklamu takto: *„Reklamou se rozumí přesvědčovací proces, prováděný za úhradu jakýmkoliv podnikatelským subjektem nebo jiným subjektem jednajícím v jeho zájmu, jehož účelem je poskytnout spotřebiteli informace o zboží a službách (dále jen "produkt") i činnostech a projektech charitativní povahy. Přitom se jedná o informace šířené zejména prostřednictvím inzerce v denním tisku, venkovní reklamě, rozhlasu, televizi, kinech a ostatních sdělovacích prostředcích.“*

Význam jednotlivých definic se výrazně neliší. Každá z těchto definic má svůj význam v odvětví, ve kterém je používána a uplatňována. Obchodní zákoník využívá pro účely výkladu pojmu reklama definici vyjádřenou v zákoně o regulaci reklamy.

Skutková podstata klamavé reklamy:

- a) Šíření údajů – jde o sdělení mluveným nebo psaným slovem, tiskem, vyobrazením, fotografií, rozhlasem, televizí či jiným sdělovacím prostředkem.²³ Zpřístupnění informace okruhu osob přesahujícího rámec osobního soukromí. Jde o sdělení nad rámec pouhého soukromého vyslovení názoru, ale není zapotřebí, aby údaje byly publikovány.²⁴

²³ Eliáš, K.; Bejček, J.; Hajn, P.; Ježek, J. a kol. Kurs obchodního práva. 5. vydání. Praha: C. H. Beck, 2007. 610 s. ISBN 978-80-7179-583-4 (strana 314)

²⁴ Munková, J. Právo proti nekalé soutěži. Komentář. 3. vydání. Praha: C. H. Beck, 2008. 233 s. ISBN 978-80-7179-543-8 (strana 60)

- b) Údaj – je uvedení určité skutečnosti a to jakýmkoliv objektivním způsobem (slova, čísla, písmo, obraz, tvar, velikost obalu.
- c) Klamavost – údaj způsobilý vyvolat klamnou představu. Zakázány jsou klamavé údaje a není přitom rozhodující, zda jsou pravdivé či ne.²⁵

§ 46 Klamavé označení zboží a služeb

Projevem aktivit tohoto druhu je označování zboží (služeb) tak, že tato označení mohou vyvolat mylnou domněnku, že zboží (služby) pocházejí z určitého teritoria (státu, oblasti, místa), popř. od určitého výrobce, anebo že vykazují zvláštní vlastnosti. Tohoto deliktu se může dopustit jak výrobce, který zboží klamavě označí, tak i obchodník, který zboží takto označené rozšiřuje. Označením chápeme opatření zboží názvem, značkou nebo jiným údajem o jeho vlastnostech. Nerozhoduje, zda je klamavé označení uvedeno přímo na zboží, popř. na obalu nebo jinde. Označení výrobků a služeb je závadné, jen pokud je způsobilé vyvolat mylnou domněnku o původu zboží nebo o jeho vlastnostech. Označení, která zobecněla jako druhová, lze použít, pokud k nim nejsou doplňovány klamavé dodatky jako pravý, původní apod.²⁶

§ 47 Vyvolání nebezpečí záměny

Smyslem tohoto ustanovení je chránit vše, co individualizuje nebo charakterizuje určitý podnik v obchodním světě, co je pro něj příznačné. Ovšem jen z hlediska zaměnitelnosti a zneužití v soutěži, nikoliv z hlediska jiného právem chráněného zájmu. Ochrana přichází v úvahu, pokud by mohlo dojít k záměně s podnikem, firmou, názvem nebo zvláštním označením užívaným jiným soutěžitelem. Dále pak pokud soutěžitel užije zvláštních označení podniku nebo zvláštních označení či úpravy výrobků, výkonů anebo obchodních materiálů podniku, které v zákaznických kruzích platí pro určitý podnik nebo závod za příznačné (obaly, katalogy, reklamní prostředky). V souvislosti s tímto ustanovením se soutěžitel nesmí dopustit ani napodobení cizích výrobků, jejich

²⁵ Eliáš, K.; Bejček, J.; Hajn, P.; Ježek, J. a kol. Kurs obchodního práva. 5. vydání. Praha: C. H. Beck, 2007. 610 s. ISBN 978-80-7179-583-4 (strana 315)

²⁶ Eliáš, K.; Bejček, J.; Hajn, P.; Ježek, J. a kol. Kurs obchodního práva. 5. vydání. Praha: C. H. Beck, 2007. 610 s. ISBN 978-80-7179-583-4

obalů nebo výkonů. Vyjma případů, kdy jde o napodobení v prvcích, které jsou již z povahy výrobku funkčně, technicky nebo esteticky předurčeny.²⁷

§ 48 Parazitování na pověsti

Předmětem ochrany je pověst podniku, výrobků nebo služeb určitého soutěžitele. Toto ustanovení chrání jakoukoli tržně využitelnou pověst soutěžitele, nikoli jen dobrou pověst ve smyslu obecných mravních postulátů (nejen goodwill ale i image). Jednání nekalých soutěžitelů se musí objektivně vztahovat k cíli získat pro výsledky vlastního nebo cizího podnikání prospěch, jehož by jinak nebylo dosaženo.²⁸

§ 49 Podplácení

Podplácení aktivní dle písmene a) tohoto ustanovení – Jednající nabídne nebo slíbí podplácenému úplatu přímo či nepřímo nebo poskytne jiný prospěch proto, aby pro sebe nebo pro jiného soutěžitele získal od podpláceného přednost nebo jinou neoprávněnou výhodu v soutěži, na kterou za normálních okolností nemá nárok.

Podplácení pasivní dle písmene b) tohoto ustanovení – podplácený si úplatek přímo nebo nepřímo vyžádá nebo si jej dá slíbit nebo přijme jiný prospěch se stejným cílem, totiž poskytnout za to podplácejícímu protiplnění, které spočívá v určité výhodě v rámci soutěže.²⁹

§ 50 Zlehčování

Soutěžiteli se zakazuje, aby uvedl nebo rozšiřoval nepravdivé nebo i pravdivé údaje o jiném soutěžiteli, jeho poměrech, výrobcích či výkonech, pokud jde o takové jednání, jež je s to jinému soutěžiteli přivodit újmu. Závadnými údaji

²⁷ Munková, J. Právo proti nekalé soutěži. Komentář. 3. vydání. Praha: C. H. Beck, 2008. 233 s. ISBN 978-80-7179-543-8

²⁸ Eliáš, K.; Bejček, J.; Hajn, P.; Ježek, J. a kol. Kurs obchodního práva. 5. vydání. Praha: C. H. Beck, 2007. 610 s. ISBN 978-80-7179-583-4

²⁹ Munková, J. Právo proti nekalé soutěži. Komentář. 3. vydání. Praha: C. H. Beck, 2008. 233 s. ISBN 978-80-7179-543-8

jsou pravdivé i nepravdivé údaje o jiném soutěžiteli. Tyto údaje musí být způsobilé přivodit újmu tomuto soutěžiteli.³⁰

§ 51 Porušení obchodního tajemství³¹

Tato skutková podstata je naplněna jednáním, kterým jednající jiné osobě neoprávněně sdělí, zpřístupní, pro sebe nebo jiného využije informace

- a) splňující obecné podmínky obchodního tajemství, které jsou definovány v § 17 ObchZ,
- b) využitelné v hospodářské soutěži,
- c) získané některým ze způsobů v zákoně blíže specifikovaných.

Všechny tyto podmínky musí být splněny současně.

Nevyžaduje se, aby byla neoprávněná manipulace s obchodním tajemstvím zaviněná. O naplnění této skutkové podstaty rozhoduje okolnost, zda se jedná o tajemství využitelné v soutěži. Ke skutečnému využití nemusí dojít.

Rozeznávají se zde tři podskupiny případů v závislosti na tom, zda se jednající dozvěděl o obchodním tajemství tím, že:

- a) tajemství mu bylo svěřeno nebo se mu jinak stalo přístupným na základě jeho pracovního vztahu k soutěžiteli,
- b) tajemství mu bylo svěřeno nebo se mu jinak stalo přístupným na základě jiného vztahu k soutěžiteli,
- c) tajemství mu bylo svěřeno nebo se mu jinak stalo přístupným v rámci výkonu funkce, k níž byl soudem neb jiným orgánem povolán.

§ 52 Ohrožování zdraví a životního prostředí

Ustanovení vyjadřuje určitý zájem státu na ochraně životního prostředí. Projevuje se tu tendence pronikání prvků veřejného práva do práva soukromého. Zakázáno je jednání spočívající ve zkruslování podmínek hospodářské soutěže tím způsobem, že je provozována výroba, jsou uváděny na trh výrobky anebo

³⁰ Eliáš, K.; Bejček, J.; Hajn, P.; Ježek, J. a kol. Kurs obchodního práva. 5. vydání. Praha: C. H. Beck, 2007. 610 s. ISBN 978-80-7179-583-4

³¹ Hajn, P. Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži. Brno: Masarykova univerzita, 2000. 329 s. ISBN 80-210-2282-5

prováděny výkony ohrožující zájmy zdraví nebo životní prostředí chráněné zákonem. O nekalou soutěž jde v případě, že je objektivním účelem takového postupu získání konkurenční výhody na úkor jiných soutěžitelů nebo spotřebitelů.³²

§ 50a Srovnávací reklama

(1) Srovnávací reklamou je jakákoliv reklama, která výslovně nebo i nepřímo identifikuje jiného soutěžitele anebo zboží nebo služby nabízené jiným soutěžitelem.

(2) Srovnávací reklama je přípustná, jen pokud

- a) není klamavá nebo neužívá klamavé obchodní praktiky podle zvláštního právního předpisu,*
- b) srovnává jen zboží nebo služby uspokojující stejné potřeby nebo určené ke stejnému účelu,*
- c) objektivně srovnává jeden nebo více základních znaků daného zboží nebo služeb, které jsou pro ně důležité, ověřitelné a charakteristické, mezi nimiž může být i cena,*
- d) nevede k vyvolání nebezpečí záměny na trhu mezi tím, jehož výrobky nebo služby reklama podporuje, a soutěžitelem nebo mezi jejich podniky, zbožím nebo službami, ochrannými známkami, firmami nebo jinými zvláštními označeními, která se pro jednoho nebo druhého z nich stala příznačnými,*
- e) nezlehčuje nepravdivými údaji podnik, zboží nebo služby soutěžitele ani jeho ochranné známky, firmu či jiná zvláštní označení, která se stala pro něj příznačnými, ani jeho činnost, poměry či jiné okolnosti, jež se jej týkají,*
- f) se vztahuje u výrobků, pro které má soutěžitel oprávnění užívat chráněné označení původu, vždy jenom na výrobky se stejným označením původu,*
- g) nevede k nepoctivému těžení z dobré pověsti spjaté s ochrannou známkou soutěžitele, jeho firmou či jinými zvláštními označeními, která se pro něj stala příznačnými, anebo z dobré pověsti spjaté s označením původu konkurenčního zboží, a*

³² Eliáš, K.; Bejček, J.; Hajn, P.; Ježek, J. a kol. Kurs obchodního práva. 5. vydání. Praha: C. H. Beck, 2007. 610 s. ISBN 978-80-7179-583-4

h) nenabízí zboží nebo služby jako napodobení nebo reprodukci zboží nebo služeb označovaných ochrannou známkou nebo obchodním jménem nebo firmou.

(3) Jakékoli srovnání odkazující na zvláštní nabídku musí jasně a jednoznačně uvést datum, ke kterému tato nabídka končí, nebo musí uvést, že bude ukončena v závislosti na vyčerpání zásob nabízeného zboží nebo služeb. Jestliže zvláštní nabídka nezačala ještě působit, musí soutěžitel také uvést datum, jímž začíná období, v němž se uplatní zvláštní cena nebo jiné zvláštní podmínky.

Hlavním důvodem pro doplnění úpravy nekalé soutěže o skutkovou podstatu srovnávací reklamy byla harmonizace českého právního řádu s právem Evropského společenství. Srovnávací reklama byla do české právní úpravy zahrnuta zákonem č. 370/2000 Sb. (s účinností od 1. 1. 2001), kterým byl ve velkém rozsahu novelizován celý obchodní zákoník.³³

Odstavec 1 definuje srovnávací reklamu tak, že vysvětluje pojem srovnání. Pod tímto pojmem je potřeba si představit: „*výslovný nebo nepřímý odkaz na jiného soutěžitele nebo na zboží nebo služby tohoto jiného soutěžitele*“, jak tvrdí Munková (Obchodní zákoník s komentářem, 2003, str. 145). Pasivně legitimovaným subjektem musí být vždy jen skutečný soutěžitel, který je porovnáván.³⁴

V odstavci 2 jsou shrnuty podmínky, za kterých je srovnávací reklama přípustná:

- a. zákaz jakékoli klamavosti ve srovnávací reklamě, údaje v ní musí být pravdivé a jejich pravdivost musí být ověřitelná,
- b. srovnáváno může být pouze obdobné zboží a služby,
- c. mohou být srovnávány pouze znaky podstatné, ověřitelné a represivní a tyto znaky musí být srovnávány objektivně,
- d. srovnání nesmí vést k nebezpečí záměny podle § 47 ObchZ,
- e. zákaz zlehčování podle § 50, pokud k němu došlo na základě nepravdivých údajů,

³³ Večerková, E. K současné právní úpravě srovnávací reklamy v nekalé soutěži. Právní fórum, 2004, č. 3 (strana 110)

³⁴ Štenglová, I.; Plíva, S.; Tomsa, M. a kol. Obchodní zákoník. Komentář. 8. vydání. Praha: C. H. Beck, 2003, 1443 s. ISBN 80-7179-685-9 (strana 145)

- f. upravuje vztah k ochraně označení původu tak, že srovnávány mohou být jen výrobky se stejným označením původu ve smyslu § 46,
- g. ochrana proti kořistění z dobré pověsti jiného soutěžitele, jeho výrobků nebo služeb podle § 48,
- h. ochrana proti napodobení nebo reprodukci výrobku označovaných ochrannou známkou nebo obchodním jménem nebo firmou (např. označení, že dané výrobky jsou stejně dobré jako ty značkové),³⁵

Podle odstavce 3 je srovnávací reklamou i reklama odkazující na zvlášť výhodnou nabídku oproti jiným soutěžitelům, ačkoli podnikatel o tom neuvede žádné bližší okolnosti. V takové reklamě se vyžaduje, aby bylo vždy uvedeno, kdy zvláštní nabídka začíná a kdy končí.³⁶

Obecně k pojmu srovnávací reklama

Srovnávací reklama bývá tříděna především podle vztahu ke konkurenčním výrobkům a výrobcům na kritizující, opěrnou a osobní. **Kritizující** srovnávací reklama poukazuje na výhodnější parametry vlastních výrobků oproti těm konkurenčním. **Opěrnou** srovnávací reklamu využívají zejména podnikatelé, kteří nově přicházejí na trh a chtějí se prosadit oproti již zaběhlým a tradičním výrobkům.³⁷ V **osobní** srovnávací reklamě soutěžitel zdůrazňuje některé charakteristiky a vlastnosti jiného soutěžitele nebo jeho podniku a srovnává se s nimi.³⁸

Se srovnávací reklamou souvisí **superlativní reklama**. Tento druh reklamy má znaky obvyklého reklamního přehánění (např. nejlepší ze všech). Pokud superlativní reklama pracuje s objektivně přezkoumatelnými údaji, musí tyto údaje odpovídat skutečnosti a dalším požadavkům uvedeným v § 50 a odst. 2. Pokud je reklamní přehánění vystupňováno až do extrémní míry, říkáme takové reklamě

³⁵ Štenglová, I.; Plíva, S.; Tomsa, M. a kol. Obchodní zákoník. Komentář. 8. vydání. Praha: C. H. Beck, 2003, 1443 s. ISBN 80-7179-685-9 (strana 146)

³⁶ Štenglová, I.; Plíva, S.; Tomsa, M. a kol. Obchodní zákoník. Komentář. 8. vydání. Praha: C. H. Beck, 2003, 1443 s. ISBN 80-7179-685-9 (strana 146)

³⁷ Eliáš, K.; Bejček, J.; Hajn, P.; Ježek, J. a kol. Kurs obchodního práva. 5. vydání. Praha: C. H. Beck, 2007. 610 s. ISBN 978-80-7179-583-4 (strana 362)

³⁸ Večerková, E. K současné právní úpravě srovnávací reklamy v nekalé soutěži. Právní fórum, 2004, č. 3 (strana 104)

dryáčnická (barnumská). Tato reklama není zakázána, ale spíše svědčí o špatném vkusu podnikatele.³⁹

V teorii existují některé typy srovnávací reklamy, v nichž není srovnáváno s konkurenčními výrobky a výrobci. Řadíme sem zejména **reklamu s abstraktním srovnáním**, kdy soutěžitel srovnává svůj výrobek s tzv. „běžným výrobkem“ (např. reklamy na prací prostředky). Dále pak **reklamu s vnitřním srovnáním**, ve které soutěžitelé srovnávají své vlastní nové výrobky se svými staršími výrobky. A v neposlední řadě i **reklamu se systémovým srovnáním**, kde soutěžitel nabízí nové, technicky pokročilejší výrobky spotřebiteli a srovnává je obecně s tradičními výrobky.

1.2.1.3 Zabraňovací soutěž⁴⁰

V rámci této podkapitoly budou popsány některé v zákoně nepojmenované případy nekalé zabraňovací soutěže, které však můžeme řadit pod generální klauzuli v § 44 odst. 1 ObchZ.

V praxi k tomuto jevu dochází neobyčejně často. Hospodářská soutěž je totiž motivována snahou získat větší podíl na trhu nebo alespoň dosavadní podíl udržet. Pokud nejde o nenasycený, dynamicky se rozvíjející trh, je možno k tomuto cíli lze dospět jenom tak, že je konkurenci bráněno v tržní expanzi nebo je z trhu vytlačována. Nekalé metody, jakými jeden ze soutěžitelů získává větší tržní podíl na úkor soutěžitele druhého, budeme nazývat nekalou zabraňovací soutěží.

Fyzické zábrany v činnosti – pro činnost soutěžitele jsou vytvořeny přímo fyzické zábrany. Poškození soutěžitelových provozních zařízení, odstraňování a přelepování jeho reklamy nebo dokonce útoky na tělesnou integritu soutěžitele či jeho zaměstnanců. Dále pak pokud jeden ze soutěžitelů uskutečňuje reklamní opatření v bezprostředním sousedství konkurentovy provozovny či dokonce ztěžuje přístup do provozovny.

³⁹ Večerková, E. K současné právní úpravě srovnávací reklamy v nekalé soutěži. Právní fórum, 2004, č. 3 (strana 104)

⁴⁰ Hajn, P. Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži. Brno: Masarykova univerzita, 2000. 329 s. ISBN 80-210-2282-5 (strana 135 - 140)

Bojkot – Jedná se o individuální nebo veřejnou výzvu, kterou činí soutěžitel A, obracející se na nějaký individuální či hromadný subjekt C a nebádá jej, aby od B nekupoval jeho výrobky, neužíval jeho služby nebo mu nedodával subdodávky. Nepřípustné jsou i výzvy typu „Nekupujte u ...“. Naopak výzvy formulované kladně nepovažuje soutěžněprávní judikatura za nepřípustné. Je možné uvádět např.: „Kupujte české výrobky či používejte české služby“.

Cenové podbízení – dlouhou dobu panoval spor, zda je z hlediska soutěžního práva přípustné cenové podbízení, zejména pak prodej za ceny, které nepokryjí ani vlastní náklady. Dnes se vychází z úvah, že cenová soutěž patří k obvyklým a také prospěšným způsobům hospodářského soupeření. Hospodářský subjekt může chtít zabránit hmotné zkáze zboží nebo pokračujícímu zastarávání jeho užité hodnoty. Podnikatel se může snažit uchytit na trhu pomocí nízkých zaváděcích cen. Cenová soutěž se v současné době považuje za řádnou soutěž, pokud taková opatření mají taktický charakter. Nekalou soutěží by se stávala tehdy, byla by vedena se strategickým záměrem: zničit soupeře apod.

Porušení smluvních závazků – každý, kdo je vázán smluvním závazkem, má právo smlouvu již neobnovit, za určitých důvodů od smlouvy odstoupit, předčasně ji vypovědět apod. Tyto možnosti vyplývají ze zákona. Takový subjekt pak může uzavřít novou smlouvu s libovolným jiným subjektem dle svého uvážení. Nekalosti nabývá takové jednání tehdy, když mu předchází výzvy, aby někdo zrušil dosavadní smlouvu a přešel ke konkurenci. Takové výzvy mohou být doprovázeny instrukcemi, jak smlouvu zrušit apod. Obecně formulovaná nabídka výhodnějších služeb nebo lepších podmínek v pracovním poměru neznamena nekalou soutěž, i když subjekt stávající smlouvu již neobnoví a přejde ke konkurenci. Nezáleží tedy pouze na obsahu nabídky, ale i na způsobu jejího podání a na okolnostech, za jakých byla učiněna.

Bezúplatné nasycení trhu – každý člověk si jistě někdy zvykl na určitou výrobní značku a je jí věrný. Změnit takový návyk je velmi obtížné. Podnikatelé ovšem vymysleli způsob, jak tento návyk narušit. Na nový výrobek může být upozorněno poskytováním bezplatných vzorků. To je přípustné, pokud takové reklamní dárky mají jen „ochutnávkový“ charakter a slouží k vyzkoušení nového výrobku na trhu. Pokud by však reklamní vzorky byly tak velké a rozdávaly se

v takovém rozsahu, který by nasýtil trh, jednalo by se o nekalý soutěžní postup. Mohlo by dojít k vytlačení konkurenta z trhu, jeho výrobky by mohly upadnout v zapomnění a spotřebitel by si mohl vytvořit návyk na nový výrobek. O nekalý soutěžní postup může jít i tehdy, když je určitý výrobek zasílán ve větším množství vybraným spotřebitelům se žádostí, aby prováděli jeho hodnocení. Takové testování má vytvořit návyk na nový výrobek a vytlačit tak konkurenci z trhu.

1.2.1.4 Právní prostředky ochrany proti nekalé soutěži

Obchodní zákoník předkládá také právní prostředky, jimiž mají být uplatňovány nároky vzniklé v souvislosti s nekalosoutěžním jednáním. Tyto prostředky jsou dány § 53 a § 54.

§ 53 [Uplatňované nároky]

*Osoby, jejichž práva byla nekalou soutěží porušena nebo ohrožena, mohou se proti rušiteli domáhat, aby se tohoto jednání zdržel a odstranil závadný stav. Dále mohou požadovat přiměřené zadosti učinění, které může být poskytnuto i v penězích, náhradu škody a vydání bezdůvodného obohacení.*⁴¹

§ 54 [Zvláštní ustanovení o uplatnění práva]

(1) Právo, aby se rušitel protiprávního jednání zdržel a aby odstranil závadný stav, může mimo případy uvedené v § 48 až 51 uplatnit též právnická osoba oprávněná hájit zájmy soutěžitelů nebo spotřebitelů.

*(2) Jestliže se práva, aby se rušitel jednání nekalé soutěže zdržel nebo aby odstranil závadný stav v případech uvedených v § 44 až 47 a § 52 domáhá spotřebitel, musí rušitel prokázat, že se jednání nekalé soutěže nedopustil. To platí i pro povinnost k náhradě škody, pokud jde o otázku, zda škoda byla způsobena jednáním nekalé soutěže, a pro právo na přiměřené zadosti učinění a na vydání neoprávněného majetkového prospěchu; výši způsobené škody, závažnost a rozsah jiné újmy, povahu a rozsah bezdůvodného obohacení však musí prokázat vždy žalobce, i když jím je spotřebitel.*⁴²

⁴¹ Zákon č. 513/1991 Sb. Obchodní zákoník

⁴² Zákon č. 513/1991 Sb. Obchodní zákoník

Aktivně legitimované jsou podle § 53 osoby, jejichž práva byla nekalou soutěží porušena nebo ohrožena. Jsou to soutěžitelé, spotřebitelé nebo jiné osoby. § 54 rozšiřuje tento výčet i o právnické osoby oprávněné hájit zájmy soutěžitelů a spotřebitelů. Spotřebitel může podle dosud platné úpravy uplatňovat podle tohoto zákona své nároky pouze tehdy, jde-li o skutkovou podstatu, v níž může být dotčen jeho zájem. Je to tedy zjevně vyloučeno v případech parazitování na pověsti, podplácení, zlehčování, porušení obchodního tajemství. **Pasivně legitimovanou** osobou je rušitel. Je to každá osoba, fyzická i právnická, která se svým aktivním jednáním dopustí nekalé soutěže.⁴³

Ustanovení § 53 dává k dispozici soustavu nároků, které mohou uplatnit jednotlivci, jejichž práva byla porušena. Nároky, které lze v souvislosti s nekalou soutěží uplatňovat, jsou majetkové i nemajetkové povahy. Základními nároky jsou požadavky, aby se rušitel zdržel protiprávního jednání a odstranil závadný stav.⁴⁴

Zde je výčet všech nároků a jejich stručný popis:

- a) povinnost zdržet se určitého jednání – zdržovací nároky mají preventivní povahu, protože směřují proti pokračování v nekalosoutěžním jednání,⁴⁵
- b) odstranění závadného stavu – tento nárok směřuje do minulosti, protože se týká odstranění zdroje účinků, které již nastaly (např. odvolání nepravdivých a zlehčujících tvrzení), v některých případech může odstranění závadného stavu splývat se zdržením se určitého jednání.
- c) přiměřené zadostiučinění – může být poskytnuto i v peněžité formě, slouží k odstranění újmy nemateriálního charakteru, výše peněžní částky není zákonem stanovena, je jen na zvážení soudu, jakou výši stanoví,
- d) náhrada škody – řídí se § 373 a § 757 ObchZ, tato ustanovení se vztahují na náhradu škody v případech, kdy byla škoda způsobena porušením povinností podle ObchZ.
- e) povinnost k vydání bezdůvodného obohacení – řídí se § 451 ObčZ, *„případy bezdůvodného obohacení získaného nekalou soutěží půjde většinou*

⁴³ Munková, J. Právo proti nekalé soutěži. Komentář. 3. vydání. Praha: C. H. Beck, 2008. 233 s. ISBN 978-80-7179-543-8 (strana 109)

⁴⁴ Munková, J. Právo proti nekalé soutěži. Komentář. 3. vydání. Praha: C. H. Beck, 2008. 233 s. ISBN 978-80-7179-543-8 (strana 107)

⁴⁵ Munková, J. Právo proti nekalé soutěži. Komentář. 3. vydání. Praha: C. H. Beck, 2008. 233 s. ISBN 978-80-7179-543-8 (strana 107)

kvalifikovat jako majetkový prospěch z nepoctivých zdrojů“, jak tvrdí Hajn (2000, str. 245)⁴⁶

1.2.2 Trestní zákon vs. trestní zákoník

Dne 9. 2. 2009 byl vydán nový trestní zákon č. 40/2009 Sb. trestní zákoník (dále jen „trestní zákoník“), který nabyl účinnosti 1. 1. 2010. Tento zákon nahradil zákon č. 140/1961 Sb. trestní zákon (dále jen „trestní zákon“). V této podkapitole popíšu, k jakým změnám, týkajícím se nekalé soutěže došlo, jakmile nabyl trestní zákoník účinnosti.

1.2.2.1 Trestní zákon

Typickými skutkovými podstatami zabezpečujícími ochranu proti nekalé soutěži na poli trestního práva jsou skutkové podstaty trestných činů podle § 127 a § 149 trestního zákona. Jsou to trestné činy úmyslné.

§ 127 Porušování závazných pravidel hospodářského styku

(1) Kdo v úmyslu opatřit sobě nebo jinému ve značném rozsahu neoprávněné výhody, poruší závažným způsobem pravidla hospodářského styku stanovená obecně závazným právním předpisem, bude potrestán odnětím svobody až na dvě léta nebo zákazem činnosti nebo peněžitým trestem.

*(2) Odnětím svobody na šest měsíců až pět let bude pachatel potrestán, způsobí-li činem uvedeným v odstavci 1 vážnou poruchu v hospodářské činnosti nebo vážnou poruchu v zásobování anebo zkrácení příjmů státu ve značném rozsahu.*⁴⁷

Trestní zákon definuje trestný čin porušování závazných pravidel hospodářského styku v § 127. Porušení pravidel hospodářského styku formou narušování hospodářské soutěže, která mohou zakládat při splnění všech dalších znaků této skutkové podstaty trestní odpovědnost, jsou:

- dohody narušující soutěž
- zneužívání dominantního postavení na trhu

⁴⁶ Hajn, P. Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži. Brno: Masarykova univerzita, 2000. 329 s. ISBN 80-210-2282-5 (strana 242 – 245)

⁴⁷ Zákon č. 140/1961 Sb. Trestní zákon

- spojování soutěžitelů⁴⁸

O nekalé soutěži pojednává § 149 trestního zákona.

§ 149 Nekalá soutěž

*Kdo jednáním, které je v rozporu s předpisy upravujícími soutěž v hospodářském styku nebo se zvyklostmi soutěže, poškodí dobrou pověst nebo ohrozí chod nebo rozvoj podniku soutěžitele, bude potrestán odnětím svobody až na jeden rok nebo peněžitým trestem nebo propadnutím věci nebo jiné majetkové hodnoty.*⁴⁹

K poškození dobré pověsti dojde, je-li pověst soutěžitele skutečně narušena jednáním pachatele. To znamená, že poškození dobré pověsti musí v důsledku jednání v nekalé soutěži skutečně nastat. Pachatelem může být kdokoli, nejen soutěžitel, ale například osoba, která po dohodě se soutěžitelem nebo i sama za sebe jedná tak, že se dopouští nekalého soutěžního jednání (např. šíří klamavou reklamu nebo podplácí). Pokud jde o ohrožení chodu podniku, postačí, pokud hrozí způsobení nezanedbatelně velké škody, ztráty, počtu zákazníků apod.⁵⁰

Objektem trestného činu dle § 149 je řádný průběh hospodářské soutěže a její ochrana před nekalou soutěží. Skutková podstata trestného činu dle § 149 nepostihuje nekalosoutěžní jednání, která jsou způsobilá přivodit újmu pouze spotřebitelům, aniž by při nich došlo k poškození dobré pověsti nebo k ohrožení chodu nebo rozvoje podniku soutěžitele. Toto ustanovení vyžaduje, aby se škodlivý následek nekalosoutěžního jednání dotýkal vždy soutěžitele, zatímco § 44 odst. 1 ObchZ vyžaduje způsobilost přivodit újmu buď jiným soutěžitelům, nebo spotřebitelům.⁵¹

1.2.2.2 Trestní zákoník

Trestní zákoník v § 248 vymezuje porušení předpisů o pravidlech hospodářské soutěže. Tento paragraf v sobě zahrnuje ustanovení, která byla ve

⁴⁸ Šámal, P.; Púry, F.; Rizman, S. Trestní zákon. Komentář. II. díl. 6. Doplněné a přepracované vydání. Praha: C.H.Beck, 2004. 1011 s. ISBN 80-7179-896-7 (strana 825)

⁴⁹ Zákon č. 140/1961 Sb. Trestní zákon

⁵⁰ Šámal, P.; Púry, F.; Rizman, S. Trestní zákon. Komentář. II. díl. 6. Doplněné a přepracované vydání. Praha: C.H.Beck, 2004. 1011 s. ISBN 80-7179-896-7 (strana 953)

⁵¹ Žďárský, Z. Civilněprávní a trestněprávní souvislosti nekalé soutěže a ochrany proti ní. Trestněprávní revue, 2003, č. 12

trestním zákoně obsažena jednak v § 127 s názvem: Porušování závazných pravidel hospodářského styku a jednak v § 149 s názvem: Nekalá soutěž.

§ 248 trestního zákoníku je velmi obsáhlý na rozdíl od obou ustanovení trestního zákona, které nyní spojuje.

§ 248 Porušení předpisů o pravidlech hospodářské soutěže

(1) Kdo poruší jiný právní předpis o nekalé soutěži tím, že se při účasti v hospodářské soutěži dopustí

- a) klamavé reklamy,*
- b) klamavého označování zboží a služeb,*
- c) vyvolávání nebezpečí záměny,*
- d) parazitování na pověsti podniku, výrobků či služeb jiného soutěžitele,*
- e) podplácení,*
- f) zlehčování,*
- g) srovnávací reklamy,*
- h) porušování obchodního tajemství, nebo*
- i) ohrožování zdraví spotřebitelů a životního prostředí,*

a způsobí tím ve větším rozsahu újmu jiným soutěžitelům nebo spotřebitelům nebo opatří tím sobě nebo jinému ve větším rozsahu neoprávněné výhody, bude potrestán odnětím svobody až na tři léta, zákazem činnosti nebo propadnutím věci nebo jiné majetkové hodnoty.

(2) Stejně bude potrestán,

kdo v rozporu s jiným právním předpisem na ochranu hospodářské soutěže se svým konkurentem uzavře dohodu o určení ceny, dohodu o rozdělení trhu nebo jinou dohodu narušující hospodářskou soutěž,

kdo v rozporu s jiným právním předpisem o veřejných zakázkách poruší závažným způsobem závazná pravidla zadávacího řízení, nebo

kdo v rozporu s jiným právním předpisem upravujícím činnost bank a jiných právnických osob oprávněných k provozování finanční činnosti, obchodování s investičními nástroji, kolektivního investování, penzijního připojištění a pojišťovnictví, poruší závažným způsobem závazná pravidla obezřetného

podnikání, obhospodařování majetku, odborné péče nebo zákaz vykonávat zákonem nebo úředním rozhodnutím určené úkony, služby nebo jiné činnosti, a způsobí tím ve větším rozsahu újmu jiným soutěžitelům nebo spotřebitelům, zadavateli nebo jinému dodavateli nebo opatří tím sobě nebo jinému ve větším rozsahu neoprávněné výhody.

(3) Odnětím svobody na šest měsíců až pět let, peněžitým trestem nebo propadnutím věci nebo jiné majetkové hodnoty bude pachatel potrestán,

- a) spáchá-li čin uvedený v odstavci 1 nebo 2 jako člen organizované skupiny,*
- b) spáchá-li takový čin opětovně,*
- c) způsobí-li takovým činem značnou škodu, nebo*
- d) získá-li takovým činem pro sebe nebo pro jiného značný prospěch.*

(4) Odnětím svobody na dvě léta až osm let bude pachatel potrestán,

- a) způsobí-li činem uvedeným v odstavci 1 nebo 2 škodu velkého rozsahu,*
- b) získá-li takovým činem pro sebe nebo pro jiného prospěch velkého rozsahu, nebo*
- c) způsobí-li takovým činem jinému úpadek.⁵²*

V prvním odstavci zákon sankcionuje pachatele, který poruší jiný právní předpis o nekalé soutěži tím, že při účasti v hospodářské soutěži svým jednáním naplní některou z jednotlivých skutkových podstat nekalé soutěže podle § 44 až § 52 ObchZ.⁵³

Ve druhém odstavci je postihováno jednání pachatele, který jedná v rozporu s právními předpisy týkajícími se hospodářské soutěže, veřejných zakázek, bank a jiných finančních institucí. Problematika týkající se tohoto odstavce není předmětem diplomové práce, a proto přistoupím pouze k vysvětlení prvního odstavce.

K vyvození trestní odpovědnosti za nekalou soutěž musí být kumulativně splněny **čtyři podmínky**, v rámci kterých musí jít:

- a) o jednání v hospodářské soutěži,*
- b) které je v rozporu s dobrými mravy soutěže,*

⁵² Zákon č. 40/2009 Sb. Trestní zákoník

⁵³ Šámal, P. a kol. Trestní zákoník II., § 140 – 421. Komentář. Praha: C. H. Beck, 2009. 1213 s. ISBN 978-80-7400-178-9 (strana 2272)

- c) je způsobilé přivodit újmu jednotlivým soutěžitelům nebo spotřebitelům a
- d) naplňuje některou ze skutkových podstat nekalé soutěže uvedenou v písmenech a) až i).⁵⁴

Z uvedeného vyplývá, že trestněprávní odpovědnost je možno uplatňovat jen při spojení podmínek vymezených v generální klauzuli s některou zvláštní skutkovou podstatou. Tím zákonodárce zúžil možnost trestněprávního postihu nekalé soutěže oproti obchodněprávní úpravě.

Dostáváme se nyní k pojmu „**způsobení újmy ve větším rozsahu**“. Způsobení újmy jiným soutěžitelům nebo spotřebitelům je širším pojmem než škoda. Zahrnuje navíc i újmu imateriální. K újmě u soutěžitelů nebo spotřebitelů musí skutečně dojít. Za újmu v nemajetkové sféře se považuje např. poškození dobré pověsti soutěžitele, dobrého jména apod. Újma majetkového charakteru má zpravidla povahu škody vyjádřené v penězích. Pro určení většího rozsahu újmy způsobené jiným soutěžitelům nebo spotřebitelům se bezprostředně nepoužije § 138 odst. 1 TrZ. Pro újmu materiální lze sice větší rozsah přisoudit částce vyšší než 50 000. Pokud jde o újmu imateriální, pak její význam by měl být srovnatelný s větším rozsahem újmy materiální. Újma většího rozsahu může být tedy tvořena, jak újmou imateriální, tak újmou materiální.⁵⁵

„**Opatření neoprávněných výhod ve větším rozsahu**“ je další slovní spojení, které je potřeba vysvětlit. Hospodářský subjekt má za cíl opatřit si, prostřednictvím nekalého soutěžního jednání, na úkor jiného hospodářského subjektu, výhody. Opatřením neoprávněných výhod se zde rozumí takové zvýhodnění hospodářského subjektu, kterému ustanovení o nekalé soutěži mají zabránit. Může zde jít opět jak o výhody materiální povahy, tak o výhody imateriální. Pojem „výhody“ je širší pojem než materiální prospěch. Zahrnuje tedy i výhody imateriální, které se v konečném důsledku mohou projevit i v majetkové sféře soutěžitele, který tyto výhody získal. Získáním imateriálních výhod se rozumí například rozvoj vlastního podniku, rozšíření dosavadního provozu atd. Materiální (majetkovou) výhodu jde obvykle vyjádřit v penězích. Pachatel musí takovou výhodu skutečně získat. Pro určení výhod ve větším rozsahu použijeme

⁵⁴ Šámal, P. a kol. Trestní zákoník II., § 140 – 421. Komentář. Praha: C. H. Beck, 2009. 1213 s. ISBN 978-80-7400-178-9 (strana 2274)

⁵⁵ Šámal, P. a kol. Trestní zákoník II., § 140 – 421. Komentář. Praha: C. H. Beck, 2009. 1213 s. ISBN 978-80-7400-178-9 (strana 2284 - 2285)

obdobného zamyšlení jako v předchozím odstavci týkajícím se způsobení újmy ve větším rozsahu. Větší rozsah tedy vyčíslujeme částkou vyšší než 50 000 Kč, jak v případě imateriálního, tak v případě majetkového prospěchu.⁵⁶

Odstavec 3 pojednává o trestní odpovědnosti v případech:

- spáchání činu jako člen organizované skupiny,
- opětovné spáchání činu,
- způsobení značné škody – více než 500 000 Kč,
- získání značného prospěchu – značný prospěch vyplývá z ustanovení § 138 odst. 1, 2 TrZ a činí nejméně 500 000 Kč.

Odstavec 4 ukládá trestní odpovědnost v případech:

- způsobení škody velkého rozsahu – více než 5 000 000 Kč,
- získání prospěchu velkého rozsahu – vyplývá z ustanovení § 138 1, 2 TrZ a činí 5 000 000 Kč,
- způsobení úpadku jinému.

Pokud jde o **srovnání dvou zmíněných předpisů**, kterými jsou Trestní zákon a Trestní zákoník, uvedla bych toto:

Trestní zákon nijak neurčoval rozsah újmy způsobené pachatelem, ani rozsah neoprávněných výhod, které si pachatel nekalosoutěžním jednáním opatřil. Naproti tomu trestní zákoník v § 248 odst. 1 již rozsah újmy i rozsah neoprávněných výhod zavádí.

Nový trestní zákoník zvýšil sazbu odnětí svobody z horní hranice jednoho roku až na horní hranici 3 let. Dále pak také nově udává vyšší tresty za nekalosoutěžní jednání v rámci organizované skupiny, při opětovném páchaní trestného činu, způsobí-li pachatel škodu značnou nebo škodu velkého rozsahu, získá-li pachatel takovýmto jednáním prospěch značný nebo prospěch velkého rozsahu a způsobí-li pachatel tímto činem úpadek jiného subjektu.

Důležitá změna se týká trestní odpovědnosti za jednání v nekalé soutěži. Trestní zákon stanovoval trestní odpovědnost i v případě, že pachatel jednal pouze podle generální klauzule. Trestní zákoník toto neumožňuje. Naopak striktně

⁵⁶ Šámal, P. a kol. Trestní zákoník II., § 140 – 421. Komentář. Praha: C. H. Beck, 2009. 1213 s. ISBN 978-80-7400-178-9 (strana 2286)

stanovuje, že trestně odpovědný za jednání v nekalé soutěži je pouze ten, který splní kumulativně podmínky vyplývající z generální klauzule a naplní některou ze skutkových podstat vyčtených v § 44 ObchZ.

2 PŘÍČINY A DŮSLEDKY NEKALOSOUTĚŽNÍHO JEDNÁNÍ

Jaké důvody mohou vést podnikatele k tomu, že se uchýlí k nekalosoutěžnímu jednání? Jsou to hlavně důvody ekonomické, které je k tomu vedou. Podnikatelé, kteří se dopustí takového jednání, musí ovšem počítat s tím, že z takového jednání mohou být a budou vyvozeny důsledky. V této kapitole se budu zabývat příčinami a důsledky, které vyplývají z nekalosoutěžního jednání.

2.1 Příčiny

V rámci nekalosoutěžního jednání přicházejí v úvahu hlavně příčiny ekonomické. Zde je výčet příčin, které ovlivňují chování soutěžitelů nelegálním směrem.

Touha po vyšším zisku je dle mého názoru hlavní příčinou. To, že se podnikatelé snaží dosáhnout co nejvyššího zisku, je zakotveno již v definici podnikání podle ObchZ. Vyšší zisk může společnosti zajistit nákup lepších technologií, dalších strojů a zařízení potřebných k výrobě, vyšší platy pro zaměstnance a vedení společnosti atd.

Odlákání zákazníků konkurenční společnosti na svou stranu. To je další důležitou příčinou nekalosoutěžního jednání. Lákat zákazníky může podnikatel nižší cenou, výhodnými nabídkami, slevovými akcemi, bonusem, lepší kvalitou zboží, jednáním při osobním kontaktu apod. Bohužel se setkáváme i s nelegálními praktikami, které mají přetáhnout spotřebitele od konkurence.

Některé společnosti si jsou vědomy, jak důležité je mít dobré zaměstnance, kteří se zasazují o rozvíjející se výrobu a správný chod podniku. V souvislosti s tímto jevem může docházet k **odlákání pracovních sil** ke konkurenci.

Každý podnikatel se snaží **zviditelnit svou firmu⁵⁷ na trhu**. Když se řekne například Metrostav, všichni stavební inženýři, architekti, mistři a lidé z oboru hned vědí, o jakou společnost jde. Vědí to nejen lidé z oboru, ale i někteří ostatní nepodnikající v tomto odvětví. Ke zviditelnění používají společnosti různé

⁵⁷ Definice firmy dle § 8 ObchZ - Obchodní firma je název, pod kterým je podnikatel zapsán do obchodního rejstříku. Podnikatel je povinen činit právní úkony pod svou firmou.

strategie. Firma Metrostav se na trhu zviditelnila například i svými státními zakázkami.

Snaha **vyřadit konkurenci nebo ji alespoň oslabit**. Jakákoli konkurence zmenšuje vlastní zisk, přetahuje zákazníky k sobě a snaží se zviditelnit na trhu stejně jako všechny ostatní firmy, na úkor ostatních. Mít na trhu méně konkurentů nebo jejich sílu alespoň zmenšit na minimum tak, aby vlastní společnost prosperovala, je jednou z mnoha příčin nekalého soutěžního jednání.

Posílení obchodního jména společnosti souvisí se zviditelněním firmy na trhu. Když se řekne stavební firma, každému se jako první vybaví jiný název. Někomu Strabag, jinému ODS, dopravní stavby Ostrava, Metrostav, Skanska, atd. A každý majitel by si jistě přál, aby se co největšímu počtu lidí vybavil název právě té jeho společnosti.

Další příčinou může být **narušení chodu nebo rozvoje podniku konkurenčního soutěžitele**. Tato příčina úzce souvisí s vyřazením a oslabením konkurence. Podnikatelé se snaží ztížit konkurenci podnikání různými prostředky tak, aby je ohrožovala co nejméně a musela se starat například o vlastní přežití.

V některých případech může jít i o **snahu získat státní dotace**. Takové dotace mohou společnosti pomoci z nouze nebo mohou přispět k užívání lepších a kvalitnějších technologií. Každý podnikatel se tudíž vynasnaží vybudovat ve své společnosti takové podmínky, aby splňovala kritéria pro získání státních dotací.

V poslední době jsou sdělovací prostředky plné afér souvisejících s podvody ve veřejné soutěži na státní zakázky a nejen na ně. **Snaha uspět ve výběrových řízeních** je velká. Podnikatelé chtějí získat státní zakázky za každou cenu, tudíž i nelegálními způsoby. Získání státní zakázky za mnoho miliónů, ne-li miliard, může zviditelnit společnost na trhu, podpořit její důvěryhodnost mezi dodavateli nebo odběrateli, zvýšit možnost na technologický pokrok aj. Spousta společností se ale, dle mého názoru, snaží o úspěch ve veřejné soutěži z důvodu dosažení velkého zisku. Státní zakázky jsou v řádech miliard korun, kde zisk z takové zakázky je velmi významný.

2.2 Důsledky

Důsledky jednání v nekalé soutěži můžeme rozdělit do několika kategorií. Hlavními kategoriemi jsou důsledky ekonomické a právní. Nesmíme ovšem zapomenout na důsledky pro spotřebitele.

2.2.1 Důsledky pro spotřebitele

Mezi skutkové podstaty, které se významně dotýkají spotřebitele a jeho rozhodování, bych zařadila: klamavou reklamu, klamavé označování zboží a služeb vyvolání nebezpečí záměny, zlehčování, srovnávací reklama, porušování obchodního tajemství a ohrožování zdraví spotřebitelů a životního prostředí. V souvislosti s uplatněním těchto skutkových podstat se spotřebitel uchyluje ke koupi takového zboží, které by za normálních okolností nekoupil. Za nejnebezpečnější považuji ohrožování zdraví spotřebitelů a životního prostředí.

2.2.2 Ekonomické důsledky

Ekonomické důsledky bych rozdělila na 3 skupiny. Důsledky pro celé odvětví, pro aktivně legitimované osoby a pro pasivně legitimované osoby. Tyto důsledky vyplývají z příčin, které jsou uvedeny v kapitole 2.1.

Důsledky pro celé odvětví – pokud v odvětví často dochází k nekalosoutěžnímu jednání, ovlivňuje to celkovou důvěru občanů a firem v toto odvětví. Spotřebitelé vnímají potyčky mezi konkurenty v rámci odvětví jako důkaz, že něco není v pořádku. Stejně tak dodavatelé a odběratelé. Proto se může stát, že v závislosti na častém nekalosoutěžním chování v rámci celého odvětví bude na trhu panovat malá důvěra v toto odvětví.

Důsledky pro aktivně legitimovaného – je jím poškozený, jak bylo vysvětleno v první kapitole. Důsledky jsou nutným vyústěním příčin uvedených v předchozí kapitole. Takových důsledků je celá řada, zde jsou hlavní z nich: podstatné snížení zisku, poškození obchodního jména (firmy) společnosti, ztráta zákazníků, ztráta postavení na trhu, špatná pověst u dodavatelů a odběratelů.

Všechny důsledky spolu úzce souvisejí. Ztráta zákazníků je ovšem tím hlavním problémem, který svým způsobem vyvolává všechny ostatní potíže, které podnikateli vznikají. V závislosti na ztrátě zákazníků přichází společnost o značnou část zisku a ztrácí tím i své postavení na trhu. Spotřebitelé přecházejí ke konkurenci. Konkurenční firma se může zasadit prostřednictvím nekalých praktik i o poškození obchodního jména společnosti. I tento důsledek nekalosoutěžního chování zapříčiňuje odchod velké části zákazníků a v neposlední řadě i dodavatelů a odběratelů všeobecně. Tím firma ztrácí důvěryhodnost, své postavení na trhu a celý problém se jen prohlubuje.

Důsledky pro pasivně legitimovaného – pasivně legitimovanou je osoba, která se dopouští nekalé soutěže (viz. první kapitola). Tato osoba se snaží získat svým jednáním výhody nad konkurencí. Mezi takové výhody patří zvýšení zisku, přilákání většího počtu zákazníků, upevnění svého postavení na trhu, posílení obchodního jména společnosti, získání dalších odběratelů a dodavatelů apod. Všechny vyjmenované výhody, které získá pasivně legitimovaná osoba, jsou získány na úkor jiného soutěžitele nebo spotřebitele. Musí tudíž počítat s tím, že poškození soutěžitelé nebo spotřebitelé se mohou bránit. Prostředky, kterými se může poškozený vůči takovému jednání bránit, jsou vymezeny v obchodním zákoníku. Zvláště závažné nekalosoutěžní jednání je pak postihováno podle trestního zákoníku, jak bylo řečeno výše. Pokud poškozený uplatní některé z těchto možností a pokud je v právu, může pasivně legitimovaná osoba počítat s potrestáním. Takové potrestání nemusí být pouze v podobě peněžního odškodnění, zadostiučinění, zdržení se jednání, pobytu ve vězení atd. Pokud se takové jednání dostane na veřejnost, působí to negativně na subjekty obchodující s pasivně legitimovanou osobou a na zákazníky. V důsledku toho je snížena jeho důvěryhodnost a u takového subjektu může dojít ke snížení zisku, k oslabení jména firmy na trhu apod.

2.2.3 Právní důsledky

Jak již bylo řečeno, osoba dopouštějící se nekalého soutěžního chování musí být srozuměna s tím, že v důsledku takového jednání se bude poškozená osoba bránit. Pro soudní řízení ve věcech nekalé soutěže se využívají ustanovení

občanského soudního řádu (OSŘ). Dále jsou k dispozici právní prostředky ochrany proti nekalé soutěži, které jsou dány § 53 a § 54 ObchZ. Poškozená osoba může využít i svépomocných opatření, a pokud jde o trestný čin nekalé soutěže, má právo bránit se v trestním řízení.

Právní prostředky ochrany proti nekalé soutěži

Tyto prostředky najdeme v § 53 a § 54 ObchZ. Jsou zde uvedeny nároky, které mohou využívat aktivně legitimované subjekty ke své obraně. Radíme sem zdržení se nekalosoutěžního jednání, odstranění závadného stavu, požadování přiměřeného zadostiučinění, náhradu škody, vydání bezdůvodného obohacení. Všechny tyto nároky jsou podrobněji popsány v kapitole 1.2.1.3 Právní prostředky ochrany proti nekalé soutěži.

Ustanovení § 53 ObchZ neříká, že by se této ochrany bylo možné domáhat pouze u soudu. Nijak také nevylučuje možnost domáhat se ochrany i proti zásahu do pokojného stavu podle § 5 ObčZ (vysvětleno dále).⁵⁸

Uveřejnění rozsudku

Uveřejnění rozsudku svým způsobem patří k právním prostředkům ochrany proti nekalé soutěži a je upraveno v § 155 odst. 4 OSŘ. Já si dovolím řadit ho zvlášť. „*Účelem uveřejnění rozsudku není jen dát vítězné straně morální satisfakci a neúspěšné výstrahu a potrestat ji finanční újmou. Uveřejnění je na místě i v zájmu veřejnosti, tj. dát zákazníkům vysvětlení a poučení a má se jím také preventivně působit na soutěžitelské kruhy.*“: píše Hajn v knize Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži (2000, str. 246). Uveřejnění se děje na náklady účastníka, který ve sporu neuspěl (nemusí jím být vždy žalující). Soud může také podle okolností určit rozsah, formu a způsob uveřejnění rozsudku.⁵⁹

Předběžná opatření⁶⁰

Úprava nekalé soutěže v ČR neobsahuje zvláštní ustanovení o předběžných opatřeních. Uplatňují se zde obecná ustanovení § 74 a násl. OSŘ a § 102 OSŘ. I

⁵⁸ Hajn, P. Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži. Brno: Masarykova univerzita, 2000. 329 s. ISBN 80-210-2282-5 (strana 249)

⁵⁹ Hajn, P. Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži. Brno: Masarykova univerzita, 2000. 329 s. ISBN 80-210-2282-5 (strana 246)

⁶⁰ Eliáš, K.; Bejček, J.; Hajn, P.; Ježek, J. a kol. Kurs obchodního práva. 5. vydání. Praha: C. H. Beck, 2007. 610 s. ISBN 978-80-7179-583-4 (strana 375)

přes to jsou předběžná opatření v oblasti nekalé soutěže využívána častěji, než v jiných oblastech právního řádu.

Prostřednictvím předběžného opatření nedochází ke zjišťování lepšího práva; obvykle vede k udržení dosavadního pokojného stavu a zejména k přechodné povinnosti zdržet se jednání, u kterého existuje jistý stupeň pravděpodobnosti, že by mohlo být kvalifikováno jako nekalosoutěžní. O návrhu předběžného opatření musí být rozhodnuto bezodkladně, nejpozději však do 7 dnů poté, co byl podán. Tohoto prostředku může soud využít v případech, kdy hrozí nebezpečí z prodlení. Je zcela na rozhodnutí soudu, zda se rozhodne využít předběžného opatření. V tomto stádiu řízení soud dokazování neprovádí. Navrhovatel předběžného opatření musí osvědčit rozhodné skutečnosti pro uložení předběžného opatření. Předběžné opatření se vydává usnesením a jeho lhůta k plnění počíná běžet od doručení usnesení.

Nařízení předběžného opatření je spojeno s rizikem pro jeho navrhovatele. Bylo-li zrušeno předběžné opatření z jiného důvodu, než že návrhu bylo vyhověno nebo proto, že navrhovatel byl uspokojen, je navrhovatel povinen nahradit škodu a vzniklou újmu tomu, komu předběžným opatřením vznikla.

Mimosoudní prostředky ochrany

- **ochrana podle § 5 ObčZ**

Četná opatření v hospodářské soutěži znamenají *zásah do pokojného stavu*. Můžeme hovořit o různých typech zabraňovací soutěže. Pokojný předchozí stav, který má být takto chráněn, nemusí být stavem existujícím po právu. Pro představu uvedu příklad citovaný z knihy Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži: „Představme si provozovatele pohostinského zařízení, který část svých venkovních stolečků a židlí umisťoval dlouhodobě i na části sousedního pozemku, aniž to naráželo na odpor vlastníka. Pokud vlastník onoho sousedního pozemku náhle začal silou přemisťovat toto restaurační zařízení, jednalo by se o zřejmý zásah do pokojného stavu, byť tento stav neměl oporu v právu.“⁶¹

⁶¹ Hajn, P. Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži. Brno: Masarykova univerzita, 2000. 329 s. ISBN 80-210-2282-5 (strana 249)

- **svépomocná opatření⁶²**

Svépomocná opatření proti nekalé soutěži jsou zakotvena v § 6 ObčZ: „*Jestliže hrozí neoprávněný zásah do práva bezprostředně, může ten, kdo je takto ohrožen, přiměřeným způsobem zásah sám odvrátit*“. Svépomoc může vykonávat pouze sám ohrožený, resp. jeho zákonný zástupce či zmocněnec. Zásah do práva musí být neoprávněný, musí hrozit bezprostředně a jeho odvrácení se musí dít přiměřeným způsobem.

Svépomocná opatření proti nekalé soutěži se mohou uskutečňovat i v režimu § 418 odst. 2 ObčZ o nutné obraně: „*Rovněž neodpovídá za škodu, kdo ji způsobil v nutné obraně proti hrozícímu nebo trvajícím útokům. O nutnou obranu nejde, byla-li zřejmě nepřiměřená povaze a nebezpečnosti útoku*“. Ve věcech nekalé soutěže se toto ustanovení uplatňuje například ve fyzickém bránění určitým aktivitám soutěžitele. V nekalé soutěži jsou dovolena i některá opatření obranného charakteru. Jde o případy oprávněné obrany. Je potřeba vysvětlit vztah mezi nutnou obranou podle § 418 a tak zvanou oprávněnou obranou. Pojem oprávněná obrana je použit v § 50 odst. 2 ObchZ o zlehčování soutěžitele: „*Zlehčováním je i uvedení a rozšiřování pravdivých údajů o poměrech, výrobcích či výkonech jiného soutěžitele, pokud jsou způsobilé tomuto soutěžiteli přivodit újmu. Nekalou soutěží však není, byl-li soutěžitel k takovému jednání okolnostmi donucen (oprávněná obrana)*“. Oprávněná obrana může být uskutečněna i s jistým časovým odstupem od soutěžního opatření, na které reaguje. Zatímco použití nutné obrany je odůvodněno hrozícím nebo trvajícím útokem, k oprávněné obraně stačí, aby bránil se k ní byl okolnostmi přinucen

K rychlé likvidaci konfliktů slouží i dohoda mezi soutěžiteli. I přesto, že tento postup nemá výslovnou oporu v právním řádu ČR, je v ojedinělých případech využíván.

Důsledky vyplývající z ustanovení § 248 trestního zákoníku

Pro odpovědnost z nekalé soutěže dle trestního zákona je důležité ustanovení § 12 odst. 2 TrZ, které říká: „*Trestní odpovědnost pachatele a trestněprávní důsledky s ní spojené lze uplatňovat jen v případech společensky*

⁶² Eliáš, K.; Bejček, J.; Hajn, P.; Ježek, J. a kol. Kurs obchodního práva. 5. vydání. Praha: C. H. Beck, 2007. 610 s. ISBN 978-80-7179-583-4 (strana 381 - 383)

škodlivých, ve kterých nepostačuje uplatnění odpovědnosti podle jiného právního předpisu.“

Z tohoto ustanovení vyplývá, že trestní odpovědnost máme hledat, až v případech, ve kterých nepostačuje uplatnění odpovědnosti podle jiného právního předpisu.

Ustanovení § 248 TrZ dále pak říká, jakým způsobem bude potrestán ten, kdo poruší jiný právní předpis o nekalé soutěži tím, že se při účasti v hospodářské soutěži dopustí některé ze skutkových podstat uvedených v generální klauzuli nekalé soutěže. Ovšem musí takovým jednáním způsobit ve větším rozsahu újmu jiným soutěžitelům nebo spotřebitelům nebo takto opatřit sobě nebo jinému ve větším rozsahu neoprávněné výhody. Trestní zákoník pak dále uvádí, jak bude tento rušitel potrestán. Může být potrestán odnětím svobody až na 3 léta, zákazem činnosti nebo propadnutím věci nebo jiné majetkové hodnoty. Podrobněji je odpovědnost podle trestního zákona zaznamenána v kapitole 1.2.2.2 Trestní zákoník

Satisfakce ve formě omluvy

Zvlášť bych zařadila satisfakci ve formě omluvy. Újmu na dotčených hodnotách nehmotných lze nahradit hlavně v nehmotné podobě. Satisfakce může spočívat již ve zjištění soudu, že se žalovaná strana dopustila jednání nekalé soutěže, ale v úvahu přichází i veřejná nebo neveřejná omluva za jednání nekalé soutěže. Satisfakční působení omluvy, které přichází až po delší době, může být pro žalující stranu bezvýznamné nebo dokonce kontraproduktivní. Pokud jde například o zlehčující výrok a veřejnost už na něj zapomněla, omluva po delší době by jej mohla znovu připomenout.⁶³

⁶³ Hajn, P. Nové skutečnosti v ochraně proti nekalé soutěži. Právní rádce, 2002, č. 2 (strana 6)

3 NÁVRHY A DOPORUČENÍ PRO PRAXI

V této kapitole nastíním a popíšu dva případy z mého blízkého okolí, které se dle mého názoru dotýkají nekalosoutěžního jednání. Jednotlivé případy rozeberu z hlediska právního i ekonomického a navrhu případné řešení a následky pro pasivně legitimovaný a aktivně legitimovaný subjekt.

3.1 Příklad zfalšované laboratorní zkoušky

Případ zfalšované laboratorní zkoušky je popsán podle skutečné události. Na přání účastníků jsou všechna jména firem a názvy výrobků figurujících v tomto případě nahrazena smyšlenými názvy. Všechny ostatní informace jsou popsány pravdivě, dle vyprávění jednoho z účastníků celého případu.

Průběh případu

Strojírenská firma SKY, která má několik poboček v České republice (Praha, Brno, Plzeň, Ostrava), používá na svých výrobních linkách pro třískové obrábění chladicí emulzní kapalinu. V roce 2008 tato firma zakoupila pro většinu svých poboček nové výrobní linky od firmy FLOWER. Při dodávce takovéto linky je nutné, aby výrobce zařízení (výrobní linky) schválil používaný typ emulzní kapaliny.

Brněnská pobočka si vybrala pro provoz na této nové výrobní lince kapalinu α od firmy ALFA, kterou do té doby používala ve stávajících linkách na celé pobočce a měla s ní výborné zkušenosti. Pro schválení bylo nutné provést laboratorní zkoušky v laboratořích firmy LABO v Německu, které pro danou kapalinu objednává sama firma FLOWER.

Pro tyto zkoušky byla potřeba odebrat vzorek vody, která se bude používat na výrobní lince na pobočce v Brně. Tato voda se pak v laboratoři míchá s koncentrátem emulzní kapaliny a vzniklá emulze se testuje. Provádí se testy na stabilitu, pění, kompatibilitu s těsněním, korozi, atd.

Byly provedeny všechny příslušné zkoušky a laboratoř LABO vystavila zkušební protokol s certifikátem pro tuto kapalinu. Vedení Brněnské pobočky firmy

SKY se ale na poslední chvíli rozhodlo změnit druh této kapaliny a nasadit na novou výrobní linku kapalinu β od firmy BETA, která se používala na Pražské pobočce.

Do nasazení kapaliny na nové výrobní lince zbývalo 14 dní. Zkoušky pro testování kapaliny ovšem trvají přibližně 5 týdnů. Kapalina β ale neměla provedeny zkoušky pro Brněnskou pobočku. Firma BETA dodávající kapalinu β se proto rozhodla využít svou stávající zkoušku z Pražské pobočky, kterou zfalšovala. Na základě této zfalšované zkoušky bylo rozhodnuto, že do komplexu bude nasazena kapalina β .

Pracovník firmy ALFA, kterému bylo divné, že se vedení najednou rozhodlo pro jinou kapalinu, se dotazoval u firmy FLOWER, zda objednala provedení zkoušky s kapalinou β pro Brněnskou pobočku. Bylo mu řečeno, že nikoli. Shodou náhod se tomuto zaměstnanci dostal do ruky protokol ze zfalšované zkoušky a všiml si, že podobný protokol už viděl. Porovnal proto protokol ze zfalšované zkoušky z Brněnské pobočky s protokolem ze zkoušky provedené na Pražské pobočce v minulém roce a zjistil následující:

- tyto dva protokoly se lišily pouze v názvu pobočky,
- naprosto shodné bylo datum zkoušky, čísla vzorků, zjištěné hodnoty, fotografie a veškerý průvodní text.

Firma BETA na protokolu zkoušky z Pražské pobočky pouze na několika místech přepsala název pobočky Praha na pobočku Brno a takto zfalšovaný protokol předložila pobočce firmy SKY v Brně.

Pracovník firmy ALFA, který tento podvod odhalil, (to bylo v době, kdy již byla linka naplněna kapalinou β) napsal dopis na vedení firmy SKY. Ve vedení firmy SKY se sice hovořilo o tom, že firma BETA bude za tento podvod vyloučena z řad dodavatelů, ale celá aféra se pozvolna ututlala bez dalších dopadů. Ani firma FLOWER nijak na falešnou zkoušku nereagovala.

V celé aféře hraje roli spousta faktorů. Dobré vztahy jednak mezi firmou FLOWER a firmou BETA a jednak mezi firmou BETA a firmou SKY. Kdyby se firma ALFA pokusila žalovat firmu BETA v souvislosti s nekalosoutěžním jednáním, nejspíš by to pro ni mělo fatální následky.

Návrh řešení případu

Aktivně legitimovaným subjektem je v tomto případě firma ALFA, která v důsledku nekalosoutěžního jednání uplatněného firmou BETA přišla o zisk z prodeje emulzní kapaliny na novou výrobní linku Brněnské pobočky firmy SKY. V tomto případě jistě nejde pouze o jednu dodávku emulzní kapaliny, ale o několik dodávek v průběhu dalších měsíců nebo i let. Firma ALFA tedy přišla o finance ze všech těchto případných obchodů.

Domnívám se, že zde jde o jednání podle § 44 ObchZ, tzn. podle generální klauzule nekalé soutěže. Toto jednání nemůže být tedy posuzováno podle žádné ze skutkových podstat uvedených ve výčtu druhého odstavce generální klauzule.

O nekalou soutěž se jedná, pokud jsou kumulativně splněna tři základní kritéria. Musí jít o jednání v hospodářské soutěži. V tomto případě se opravdu o jednání v hospodářské soutěži jedná. Mezi firmou ALFA a BETA probíhá hospodářská soutěž ve smyslu konkurenčního boje. Jde zde o získání obchodu s firmou SKY za účelem dosažení zisku. Jednání musí být v rozporu s dobrými mravy soutěže. Tyto dobré mravy firma BETA porušila tím, že použila zfalšovanou laboratorní zkoušku místo toho, aby legální cestou podstoupila laboratorní testy své kapaliny. Posledním kritériem je jednání, které musí být objektivně s to přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo spotřebitelům. Firma BETA svým jednáním připravila firmu ALFA, tedy jiného soutěžitele, o zisk z prodeje emulzní kapaliny.

Po této úvaze se tedy mohu oprávněně domnívat, že jde o nekalou soutěž vyplývající z generální klauzule nekalé soutěže.

Vedení firmy ALFA bych doporučila využít právních prostředků ochrany proti nekalé soutěži. Důrazně požadovat, například prostřednictvím dopisu, nejlépe však při osobním jednání, aby se firma BETA zdržela nekalého soutěžního jednání a odstranila závadný stav, popřípadě požadovat náhradu škody za ušlý zisk. Pokud by však firma BETA i nadále pokračovala ve svém jednání, přistoupila bych k žalobě u civilního soudu. Zdržet se nekalého soutěžního jednání a odstranit závadný stav by pro firmu BETA znamenalo požadovat na Brněnské pobočce firmy SKY stažení své emulzní kapaliny z výrobní linky. K takovému kroku by, dle mého názoru, došlo jen velmi obtížně nebo vůbec.

Firma ALFA by tedy byla nucena přistoupit k civilní žalobě a k návrhu na předběžné opatření. V rámci tohoto předběžného opatření by byla firma BETA vyzvána civilním soudem ke zdržení se nekalosoutěžního jednání. Dle mého názoru by ale soud nepřistoupil k tomu, aby firma BETA stáhla svou kapalinu z výrobní linky, ale nejspíše by byla vyzvána k tomu, aby pozastavila dodávky své emulzní kapaliny na Brněnskou pobočku firmy SKY.

Vyskytl se zde ovšem další problém. Jak bude na pozastavení dodávek reagovat vedení Brněnské pobočky? S největší pravděpodobností bude muset pozastavit výrobu, pokud nemá dostatečné zásoby emulzní kapaliny, aby mohla dále pokračovat ve výrobě. Tímto krokem přijde o zisk i firma SKY.

Mohli bychom uvažovat i o tom, zda jednání firmy BETA není trestným činem podle § 248 TrZ. I když podle § 12 odst. 2 TrZ by měl být tento případ posuzován jako trestný čin až v případě, že nepostačuje uplatnění odpovědnosti podle jiného právního předpisu, v tomto případě obchodního zákoníku. Pokud by k takové situaci došlo, použilo by se ustanovení § 248.

Nedokážu říci, jak velkou újmu způsobila tímto jednáním firma BETA firmě ALFA a v jakém rozsahu sobě opatřila neoprávněné výhody. Ale vzhledem k tomu, že nový trestní zákoník ukládá trestní odpovědnost pouze při kumulativním naplnění 4 podmínek, v rámci kterých musí jít: o jednání v hospodářské soutěži, které je v rozporu s dobrými mravy soutěže, je způsobilé přivodit újmu jednotlivým soutěžitelům nebo spotřebitelům a naplňuje některou ze skutkových podstat nekalé soutěže v případech vymezených, nemůžeme v tomto případě uvažovat o trestném činu nekalé soutěže.

Trestní odpovědnost za toto jednání by bylo možné uplatnit podle již neplatného trestního zákona. Šlo by o ohrožení chodu podniku a v tomto případě stačí, pokud hrozí způsobení nezanedbatelně velké škody, ztráty apod. V tomto případě již ztráta ve formě ušlého zisku nastala a hrozí i další ztráty z možných budoucích obchodů mezi firmou ALFA a firmou SKY.

Na tomto místě bych se ráda vyjádřila k novele trestního zákona. Dle mého názoru nebylo na místě, ukládat trestní odpovědnost pouze v případech, kdy by se jednalo pouze o počínání si dle skutkových podstat nekalé soutěže. Tento případ zfalšované laboratorní zkoušky není jistě jediným případem, který by mohl být

trestně stíhán, ale nikdy nebude. Napadlo mě také, že snad zákonodárci tímto krokem mohli chtít ulehčit našim soudům. Ale myslím, že jim dostatečně ulehčili již tím, že stanovili rozsah újmy a také rozsah získaných neoprávněných výhod. Dovoluji si polemizovat o tom, zda si zákonodárci uvědomili, jak velký okruh činů vzniklých z nekalé soutěže tímto krokem vyloučí z postihu podle trestního zákoníku. Mohu jen doufat, že postupem času dojde k nápravě.

Nyní bych mohla přistoupit k odůvodnění, proč poškozená firma ALFA nepřistoupila k žalobě a ani nepodnikla žádné kroky vedoucí k nápravě nastalé situace. V úvahu přichází strach z celkového neúspěchu, nejistá budoucnost v dalších obchodech a pomalá práce českých soudů.

V závěru popisování případu jsem uvedla, že velkou roli hrají vzájemné vztahy mezi firmou FLOWER a firmou BETA a také mezi firmou BETA a firmou SKY. Toto bylo asi nejsilnějším důvodem, proč se žalobou ani vyvozováním jiných důsledků firma ALFA nezabývala. S největší pravděpodobností by došlo k takové situaci, že by firma ALFA skončila se všemi dodávkami své emulzní kapaliny na všech pobočkách firmy SKY. A i kdyby nebyly v tomto případě žádné vztahy mezi zmíněnými firmami, nejspíš by firma ALFA vyhraným soudním sporem u civilního soudu mnoho nezískala. Mohla by jí být přiznána náhrada škody ve výši ušlého zisku a přiznáno i přiměřené zadostiučinění. Civilní soud ale nemůže přikázat firmě SKY, aby pro své výrobní linky používala emulzní kapalinu od firmy ALFA. Toto je čistě věcí firmy SKY. Civilní soud může nanejvýš rozhodnout o postihu pro firmu BETA v souvislosti s tímto případem. Ale pokud se propříště firma BETA bude snažit o dodávání své emulzní kapaliny na pobočky firmy SKY legálním a právně nepostižitelným způsobem, nemůže soud zasáhnout.

V tomto případě by snad bylo účelné uveřejnění rozsudku a medializování celého případu. Tímto krokem by mohla být firma BETA potrestána a na trhu by bylo její jméno vnímáno záporně. Ovšem ani tento postup není zárukou toho, že firma ALFA bude moci i nadále dodávat svou emulzní kapalinu na pobočky firmy SKY.

Je všeobecně známo, že mnoho případů se u soudů vleče dlouhou dobu a v souvislosti s touto skutečností nemusí pak „konečný verdikt“ mít takovou váhu.

Navíc v průběhu zdlouhavého soudního sporu může dojít k mnoha nepříznivým skutečnostem.

Naskýtá se další důležitá otázka. Pokud by firma ALFA podala žalobu k civilnímu soudu na firmu BETA, jakým způsobem a v jaké míře by se soudního sporu účastnily firma SKY a firma FLOWER. Z popisu případu je jasné, že zaměstnanec firmy ALFA napsal dopis na vedení firmy SKY, ve kterém žádal vysvětlení. Ve vedení firmy SKY se hovořilo o vyloučení firmy BETA z řad dodavatelů, ale celá aféra se „zametla pod koberec“. Z tohoto postupu firmy SKY vyplývá, že i ona měla zájem na tom, aby firma BETA tuto zakázku obdržela. Můžeme ji tedy považovat za spoluviníka? Dle mého názoru ano. Firma SKY měla prošetřit pravdivost informací z dopisu zaměstnance firmy ALFA a vyvodit patřičné důsledky. To znamená zasadit se o vyloučení firmy BETA z řad dodavatelů. Takový postup by pro firmu ALFA byl přiměřeným zadostiučiněním a k žádnému soudnímu sporu by přistoupit nemusela.

Je tedy zcela na zvážení vedení firmy ALFA, zda využije žaloby u civilního soudu, popřípadě uveřejní rozsudek a celý případ podstoupí médiím i za cenu toho, že by s dodávkami na pobočky firmy SKY nadobro skončila, nebo nebude zasahovat a celý případ se ututlá a zapomene se na něj. Tím, že se firma ALFA rozhodne nežalovat, může ohrozit další odběratelsko – dodavatelské vztahy firmy BETA. Firma BETA si může myslet, že její jednání je v pořádku a může se vůči jiným firmám, se kterými obchoduje, dopustit obdobného jednání.

Dalším důsledkem toho, že se firma ALFA rozhodne nežalovat, mohou být rozsáhlé problémy v budoucnu. Firma BETA se bude domnívat, že jakémukoliv podobnému jednání firma ALFA ani v budoucnu nezabrání a postupem času získá vedoucí postavení v dodavatelsko – odběratelských vztazích na všech pobočkách firmy SKY. Firma ALFA by tak nadobro přišla o možnost obchodovat s firmou SKY a navíc může přijít o šanci uplatnit žalobu k civilnímu soudu v budoucnu. Pokud by se chtěla firma ALFA domáhat svých práv, měla by si uvědomit, že promlčecí doba u sporů z nekalé soutěže je 4 roky, jak určuje obchodní zákoník.

Nejde v tomto případě o klamavou reklamu?

Bylo by možné posuzovat tento případ dle skutkové podstaty klamavé reklamy? Takovou laboratorní zkoušku je možné považovat za jakýsi druh

certifikátu nebo osvědčení k užívání emulzní kapaliny v určitém prostředí. Ale může být tento dokument považován za reklamu? Pro účely nekalé soutěže se využívá definice reklamy podle zákona č. 40/1995 Sb. o regulaci reklamy. Konkrétně jde o ustanovení § 1 odst. 2., které je podrobně popsáno v první kapitole. Laboratorní zkouška nesplňuje tuto definici, a proto se o klamavou reklamu v tomto případě opravu nejedná. Mohu tedy říci, že jednání, kterého se dopustila firma BETA, bude opravdu posuzováno podle § 44 obchodního zákoníku.

3.2 Srovnávací reklama

Tento případ je rovněž z mého blízkého okolí a týká se srovnávací reklamy. I v tomto případě jsou všechny názvy firem, jména účastníků a názvy produktů vymyšleny. Ostatní informace jsou popsány dle vyprávění jednoho z účastníků případu.

Popis případu

Pan Černý, obchodní zástupce firmy A, má na starosti dodávky speciálního polotekutého maziva ALFA na České Dráhy a.s. Toto mazivo je biologicky odbouratelné z 89% za 21 dnů dle příslušné normy a užívá se k mazání výhybek na kolejovém svršku.

Na Českých drahách je pro mazání výhybek povoleno používání dalších 8 druhů podobných speciálních maziv a syntetických i rostlinných olejů, které musí splňovat podmínku odbouratelnosti z 80%.

Ukazatelem kvality pro mazání výhybek v provozu je pro pracovníky drah interval mazání. Čím delší je, tím je mazivo kvalitnější, ale také dražší. Interval mazání, cena maziva a jeho spotřeba jsou ukazatele pro vyhodnocení ekonomiky mazání.

Pan Černý vypracoval srovnávací tabulku (příloha č. 1) svého maziva ALFA s blíže neurčitým výrobkem, který v tabulce nazval – čistý syntetický olej (ester). Oleje, které je možné takto označit, se užívají na ČD dva.

Péči o kolejový svršek je pověřena Správa železniční dopravní cesty, státní organizace (SŽDC, st. p.). Pan Černý při svých servisních návštěvách tuto tabulku

předal několika jejím pracovníkům, aby bylo vidět, že o ekonomice mazání výhybek nerozhoduje pouze cena maziva, ale i další ukazatele (viz příloha č. 1).

Jedním z výrobků, který se na drahách pro mazání výhybek používá je i syntetický olej BETA od firmy B, který je svým složením směs syntetických olejů (esterových olejů). Díky uveřejnění srovnávací tabulky panem Černým se mohla firma B domnívat, že jde o jejich výrobek. Z toho důvodu zaslala firma B na vedení firmy A dopis, ve kterém žádá zdržení se tohoto nekalosoutěžního jednání prostřednictvím srovnávací reklamy, pod hrozbou soudní žaloby. Cituji: „*V souladu s ustanovením § 53 obchodního zákoníku požadujeme, aby se Vaše společnost toho jednání zdržela a více v něm nepokračovala. Nestane-li se tak, bez dalšího si vyhrazujeme právo učinit potřebné kroky k naší ochraně a to soudní cestou dle příslušných ustanovení zákona, včetně požadování přiměřeného zadostiučinění.*“

Současně s tímto dopisem obeslala firma B jednotlivé Správy dopravních cest dopisem, ve kterém upozorňuje na nekalosoutěžní jednání firmy A.

Cituji z dopisu pro vrchního přednostu ze Správy dopravních cest:

„*Vážený pane vrchní přednosto,*

V poslední době jsme se setkali s případy, že konkurenční firma A hrubým způsobem porušuje zásady hospodářské soutěže. Uvádí zkreslené a nepravdivé údaje o našem výrobku BETA. Tyto údaje rozesílá na jednotlivá ŽDC v tabulce „Roční náklady na mazání jedné výhybky mazivem ALFA“. Pro Vaši přesnou informaci Vám přikládám dopis, který naše společnost B zaslala vedení firmy A. Žádáme Vás o předání této informace jednotlivým odborným pracovníkům, kteří se zabývají problematikou mazání výhybek.“

Firma A odpověděla na dopis firmy B, že své počínání nepovažuje za nekalosoutěžní jednání a pohrozila firmě B, že ji zažaluje za to, že obeslala SDC dopisem, kde pomlouvá jejich firmu.

Po nějaké době v návaznosti na publikování srovnávací reklamy panem Černým, publikoval na SŽDC pan Bílý z firmy B svou srovnávací reklamu (příloha č. 2). Srovnává zde výrobek BETA s výrobkem ALFOX, který se až podezřele blíží názvu ALFA. Pan Černý na tuto srovnávací reklamu nijak nezareagoval.

Posouzení zda jde o srovnávací reklamu či ne!

Srovnávací reklama je dle ustanovení § 50a ObchZ přípustná, ale musí splňovat podmínky tímto ustanovením vymezené. V tomto případě jsou uvedeny dva srovnávací dokumenty. První z nich napsaný panem Černým z firmy A (viz. příloha č. 1) a druhý napsaný panem Bílým z firmy B (viz. příloha č. 2).

Nejprve se zaměřím na první srovnávací dokument a určím, zda se jedná o srovnávací reklamu. Využiji k tomu podmínek daných § 50a odst. 2 ObchZ. Srovnávací reklama je přípustná, jen pokud:

- a) není klamavá nebo neužívá klamavé obchodní praktiky – dle mého názoru se o klamavou reklamu nejedná, jsou zde uvedeny pravdivé údaje. Na druhou stranu jsou ale v tabulce uvedeny subjektivní názory a to ohledně intervalu mazání a mzdových nákladů na mazání jedné výhybky. Pan Černý mohl tyto údaje zjistit od zaměstnanců SŽDC, kteří se mazáním zabývají.
- b) srovnává jen zboží nebo služby uspokojující stejné potřeby nebo určené ke stejnému účelu – toto srovnání opravdu srovnává dva výrobky určené ke stejnému účelu a uspokojující stejné potřeby. Výrobky jsou určeny k mazání výhybek na kolejovém svršku.
- c) objektivně srovnává jeden nebo více základních znaků daného zboží nebo služeb, které jsou pro ně důležité, ověřitelné a charakteristické, mezi nimiž může být i cena – o objektivitě zde nelze mluvit. Interval mazání je subjektivním názorem pana Černého, který si tento svůj názor ověřil u zaměstnanců SŽDC. Pokud by se na stejném intervalu mazání shodli všichni „mazači“, bylo by možné považovat tento údaj za objektivní.
- d) nevede k vyvolání nebezpečí záměny na trhu mezi tím, jehož výrobky nebo služby reklama podporuje, a soutěžitelem nebo mezi jejich podniky, zbožím nebo službami, ochrannými známkami, firmami nebo jinými zvláštními označeními, která se pro jednoho nebo druhého z nich stala příznačnými – název výrobku ALFA není zaměnitelný s žádným jiným. Ale čistý olej – syntetický ester dodávají na ČD dvě různé firmy. Je tedy pochopitelné, že se zástupci firmy B mohli domnívat, že jde o jejich výrobek.
- e) nezlehčuje nepravdivými údaji podnik, zboží nebo služby soutěžitele ani jeho ochranné známky, firmu či jiná zvláštní označení, která se stala pro něj příznačnými, ani jeho činnost, poměry či jiné okolnosti, jež se jej týkají –

uvedení intervalu mazání v délce 7 dnů mohlo být pro zástupce firmy B nepravdivým údajem. Ze svých zkušeností mohli mít jiné poznatky o intervalu mazání. Tímto se pan Černý mohl dopustit nekalého jednání.

- f) se vztahuje u výrobků, pro které má soutěžitel oprávnění užívat chráněné označení původu, vždy jenom na výrobky se stejným označením původu – tuto podmínku srovnávací dokument splňuje.
- g) nevede k nepoctivému těžení z dobré pověsti spjaté s ochrannou známkou soutěžitele, jeho firmou či jinými zvláštními označeními, která se pro něj stala příznačnými, anebo z dobré pověsti spjaté s označením původu konkurenčního zboží – tato podmínka je taktéž splněna. Nedošlo k žádnému nepoctivému těžení z dobré pověsti spjaté s ochrannou známkou atd.
- h) nenabízí zboží nebo služby jako napodobení nebo reprodukci zboží nebo služeb označovaných ochrannou známkou nebo obchodním jménem nebo firmou – tato podmínka je také naplněna.

Podle těchto úvah jsem dospěla k názoru, že se jedná o srovnávací reklamu. Jsou porušeny tři podmínky vyjmenované v ustanovení § 50a odst. 2 ObchZ. Jde o podmínky c, d, e.

Nyní se podíváme na druhý srovnávací dokument napsaný panem Bílým. Opět využiji ustanovení § 50a odst. 2 ObchZ. Srovnávací reklama je přípustná, jen pokud:

- a) není klamavá nebo neužívá klamavé obchodní praktiky – označením konkurenčního výrobku názvem ALFOX může vzniknout klamavá představa o tom, že se jedná o výrobek ALFA. Myslím, že toto bylo cílem srovnávacího dokumentu pana Bílého. Proto se mohu domnívat, že srovnávací reklama nesplňuje první podmínku.
- b) srovnává jen zboží nebo služby uspokojující stejné potřeby nebo určené ke stejnému účelu – tato podmínka je splněna, jde o výrobky určené ke stejnému účelu.
- c) objektivně srovnává jeden nebo více základních znaků daného zboží nebo služeb, které jsou pro ně důležité, ověřitelné a charakteristické, mezi nimiž může být i cena – ani v tomto případě, stejně jako v případě prvního srovnávacího dokumentu, není srovnání objektivní. Jsou zde uvedeny

subjektivní názory pana Bílého, stejně jako v předchozím srovnávacím dokumentu pan Černý uváděl subjektivní poznatky.

- d) nevede k vyvolání nebezpečí záměny na trhu mezi tím, jehož výrobky nebo služby reklama podporuje, a soutěžitelem nebo mezi jejich podniky, zbožím nebo službami, ochrannými známkami, firmami nebo jinými zvláštními označeními, která se pro jednoho nebo druhého z nich stala příznačnými – na trhu může existovat i výrobek s názvem ALFOX a v tom případě by zde mohlo být nebezpečí vyvolání záměny výrobku ALFA s výrobkem ALFOX. Proto si myslím, že použití názvu ALFOX nebylo v tomto případě šťastné a tato podmínka je tedy porušena.
- e) nezlehčuje nepravdivými údaji podnik, zboží nebo služby soutěžitele ani jeho ochranné známky, firmu či jiná zvláštní označení, která se stala pro něj příznačnými, ani jeho činnost, poměry či jiné okolnosti, jež se jej týkají – firma A se může oprávněně domnívat, že pan Bílý srovnává jejich výrobek ALFA, pod názvem ALFOX se svým výrobkem BETA. Tím, že pan Bílý uvádí o cyklech mazání výrobkem ALFOX subjektivní informace, může jít v tomto případě o zlehčování. Stejně jako u předchozího dokumentu.
- f) se vztahuje u výrobků, pro které má soutěžitel oprávnění užívat chráněné označení původu, vždy jenom na výrobky se stejným označením původu – tato podmínka je splněna
- g) nevede k nepoctivému těžení z dobré pověsti spjaté s ochrannou známkou soutěžitele, jeho firmou či jinými zvláštními označeními, která se pro něj stala příznačnými, anebo z dobré pověsti spjaté s označením původu konkurenčního zboží – tato podmínka je taktéž splněna
- h) nenabízí zboží nebo služby jako napodobení nebo reprodukci zboží nebo služeb označovaných ochrannou známkou nebo obchodním jménem nebo firmou – v tomto případě bychom za napodobení mohli považovat název výrobku ALFOX, který se velmi podobá názvu ALFA. Domnívám se, že se zde jedná o napodobení názvu výrobku.

Druhý srovnávací dokument bych po předešlých úvahách označila taktéž jako nedovolenou srovnávací reklamu. Nejsou splněny podmínky a, c, d, e, h.

Návrh řešení případu

Firma B byla tedy oprávněně pobouřena srovnávacím dokumentem, který pan Černý rozdával při servisních návštěvách. Opravdu šlo o nedovolenou srovnávací reklamu. Oprávněně se tedy domáhala svých práv. Učinila správný krok tím, že požadovala, prostřednictvím dopisu adresovaného vedení firmy A, zdržení se nekalosoutěžního jednání.

Odeslání dopisu panu vrchnímu přednostovi můžeme vnímat jako zlehčování. Ke zlehčování zde došlo rozšiřováním pravdivých údajů o jednání firmy A, které bylo způsobilé přivodit firmě A újmu. § 50 ObchZ Zlehčování ale obsahuje větu: *„Nekalou soutěží však není, byl-li soutěžitel k takovému jednání okolnostmi donucen (oprávněná obrana)“*. V tomto případě opravdu o oprávněnou obranu jde. Firma B se prostřednictvím tohoto dopisu brání nekalosoutěžnímu jednání ze strany firmy A. Tudíž je tento postup právně nepostižitelný. V dopise nejde o pomluvu, jak se mylně domnívalo vedení firmy A.

Ovšem srovnávací dokument, který po nějaké době v návaznosti na celý případ napsal pan Bílý, není možné brát jako oprávněnou obranu. Tato obrana by byla, dle mého názoru, již obranou neoprávněnou. Pan Bílý se tedy stejně, jako pan Černý dopustil nekalé soutěže tím, že provedl srovnávací reklamu.

Pan Černý v zastoupení firmy A klidně mohl na toto jeho jednání reagovat a vyzvat pana Bílého a firmu B ke zdržení se tohoto jednání. Jde zde o nový případ, který je potřeba posuzovat zvlášť. Proto doporučuji firmě A vyžadovat od firmy B zdržení se nekalosoutěžního jednání.

Pokud by se celý případ dostal k civilnímu soudu, bylo by jeho řešení obtížné. Obě firmy se dopustily téhož nekalosoutěžního jednání. Bylo by na posouzení soudu, jak by vzniklou situaci vyřešil.

Další mé úvahy se týkají toho, zda by v tomto případě mohlo jít o trestný čin nekalé soutěže. Jedná se sice o jednu ze skutkových podstat nekalé soutěže vymezených v § 248 TrZ, ale mohli bychom spekulovat o tom, k jak velké újmě došlo a jak velké neoprávněné výhody si jednotlivé subjekty opatřily. Pokud by se skutečně o trestný čin nekalé soutěže jednalo, mohl by být pachatel potrestán odnětím svobody až na tři léta, zákazem činnosti nebo propadnutím věci nebo jiné

majetkové hodnoty. Musíme ovšem brát v úvahu i ustanovení § 12 odst. 2 TrZ a snažit se řešit tento případ opatřeními, které nabízí obchodní zákoník.

3.3 Návrhy a doporučení

V této podkapitole bych se chtěla věnovat zhodnocení jednotlivých právních předpisů a ustanovení souvisejících s nekalou soutěží. Dále pak vyslovím vlastní doporučení týkající se řešení sporů z nekalé soutěže.

3.3.1 Zhodnocení legislativy týkající se nekalé soutěže

V průběhu zpracování této práce jsem zabředla do problematiky nekalé soutěže a zjistila jsem následující. Obchodní zákoník poskytuje rozsáhlou úpravu této oblasti. Myslím, že výčet skutkových podstat uvedených v generální klauzuli je dostatečný. Rozsáhlejší výčet by byl zbytečný. Další nekalosoutěžní jednání je možno posuzovat podle generální klauzule přímo. Možná že v průběhu dalších let a po získání dalších zkušeností v této oblasti přibudou nějaké skutkové podstaty, jejichž charakter bude potřeba zachytit zvláštním ustanovením, jak např. podplácení, zlehčování, klamavá reklama apod. V současné době se nevyskytují ve velké míře žádné jiné skutkové podstaty, které by bylo možné pojmenovat jedním názvem a bylo by nutné vyčlenit je mimo generální klauzuli.

Nekalá soutěž jako trestný čin je, dle mého názoru, ošetřena nedostatečně. Jak jsem již zmínila v kapitole 2, nelíbí se mi úprava vycházející z ustanovení § 248 TrZ. Pro zopakování: zákonodárci zde trvají na kumulativním splnění 4 podmínek, které zapříčiňují nemožnost trestat nekalosoutěžní jednání vycházející pouze z generální klauzule. Tímto krokem ovšem každý, kdo se dopustí takového jednání, byť by splňovalo všechna ostatní kritéria trestného činu nekalé soutěže, nebude nikdy posuzován jako pachatel trestného činu. Nekalosoutěžní jednání se stává trestným činem až v případě, že se soutěžitel dopustil jednání podle některé ze skutkových podstat uvedených v ustanovení § 45 - § 52. Dále pak musí tímto jednáním způsobit újmu ve větším rozsahu jiným soutěžitelům nebo spotřebitelům nebo opatřit sobě nebo jinému ve větším rozsahu neoprávněné výhody. Věřím, že velká většina trestných činů nekalé soutěže byla vždy páchána dle skutkových

podstat, ale nemůžeme říci, že by se toto stalo pravidlem a nevyskytovaly by se trestné činy páchané přímo podle ustanovení § 44, tzv. generální klauzule. Domnívám se, že zákonodárci chtěli tímto krokem ulehčit soudům v trestním řízení a snažili se, aby aktivně legitimované subjekty využívali více civilních soudů (tak jak to ukládá § 12 odst. 2 TrZ).

Trestní zákon, kterým jsme se řídili do konce roku 2009, nerozlišoval mezi trestným činem podle generální klauzule a mezi trestným činem podle skutkové podstaty nekalé soutěže. Jako trestný čin byla posuzována i nekalá soutěž podle § 44 odst. 1. ObchZ. Myslím si, že až čas ukáže, zda tento krok našich zákonodárců byl správný či nikoli.

3.3.2 Vlastní návrhy a doporučení

V úvodu jsem se zavázala podat vysvětlení o tom, proč se v posledních letech nevyskytují soudní spory z nekalé soutěže. Důvodů se naskýtá hned několik. Prvním z nich, ač velmi málo pravděpodobným, může být nízká míra nekalosoutěžního jednání. Tento důvod je, dle mého názoru, až nemožný. Přikláním se spíše k druhému důvodu, kterým je větší míra využívání spíše svépomocných opatření a některých prostředků právní ochrany nekalé soutěže, které je možno využít bez nutnosti podání žaloby. Mohu takto usuzovat i z případu srovnávací reklamy, který jsem uvedla. Firma B, nejspíše po poradě se svým právníkem nebo sama, nastudovala předpisy a ustanovení týkající se nekalé soutěže a přistoupila k alternativě, která nevyžaduje podání žaloby k civilnímu soudu. Mám ovšem k dispozici pouze jeden případ a mé úvahy tudíž nemusejí být přesné. Naskýtá se tedy další důvod, který se zdá být velmi pravděpodobný. A to takový, že poškozená strana nežaluje, nevyužívá žádných právních prostředků a ani svépomocných opatření. Jednoduše nechá celou záležitost „vyšumět“.

To, že se celá záležitost nechá „vyšumět“, se může dít z mnoha důvodů. Prvním z nich může být nevědomost poškozené firmy a neznalost zákona. Pak je ovšem rušitel ve výhodě a jeho jednání nebude nijak postihováno. Dalším důvodem může být bezvýznamnost takového jednání nebo jen malá významnost, kterou postižený nechce nijak řešit a zabývat se případným řešením (zejména z finančních důvodů). Takové vedení sporu je dosti nákladné, jak časově tak

finančně. Ani vyhraný soudní spor nezaručí poškozenému „dostatečně vysoké“ přiměřené zadostiučinění. Zřejmě posledním důvodem, dle mého názoru nejzávažnějším, bývá korupce a vztahy mezi podnikateli na takové úrovni, že by poškozený mohl přijít o mnohem více než jen o zisk. Za příklad bych označila případ zfalšované laboratorní zkoušky, ve kterém hráli zajisté roli i vztahy mezi firmou SKY a firmou BETA. Firma ALFA se obávala, že pokud by podstoupila soudní spor, byly by ohroženy její vztahy s firmou SKY a její smlouvy o dodávkách emulzní kapaliny na pobočky by byly zrušeny.

Všechny tyto úvahy mě přivedly k několika návrhům a doporučením, jak se chovat v případech, kdy je subjekt (soutěžitel nebo spotřebitel) poškozen nekalosoutěžním jednáním.

Důrazně doporučuji nenechávat nekalosoutěžní jednání bez jakékoli odezvy, ale vyvozovat důsledky z takového jednání. Prvním krokem by měla být výzva, aby se rušitel zdržel nekalosoutěžního jednání a odstranil závadný stav. Může také využít mimosoudních opatření v situacích, které si žádají tento postup. Tato mimosoudní opatření jsem podrobněji rozepsala ve druhé kapitole. Dále pak může poškozený subjekt využít žaloby u civilního soudu. Civilní soud má k dispozici mnoho opatření, kterými může postihovat rušitele. Až v případech, kdy není možné řešit tyto spory u civilního soudu, vyznačují se společenskou škodlivostí a nepostačuje uplatnění odpovědnosti podle obchodního zákoníku (viz. § 12 odst. 2 TrZ), použije se ustanovení § 248 TrZ. V případě úspěšného soudního sporu, ať už civilního nebo trestního, může takovýto spor působit jako odstrašující případ pro případné další rušitele, kteří uvažují o jednání v nekalé soutěži.

Dále bych doporučila snažit se vyřešit spory raději bez větších konfliktů. Pokud jsou obě strany ochotny se domluvit a přistoupit na určité podmínky, doporučuji, aby tak učinili a nezatěžovaly soudy. Je známo, že soudy nepracují příliš rychle. Obvykle je to zapříčiněno množstvím projednávaných případů, jejich složitostí a také mnohdy přístupem stran (zejména jde o rušitele). Z těchto důvodů se celý soudní proces protahuje a výsledný rozsudek nemusí mít takový účinek.

ZÁVĚR

V úvodu své práce jsem si stanovila cíle, které jsem, dle mého názoru, naplnila.

Jedním z cílů bylo seznámit čtenáře s problematikou nekalé soutěže. V první kapitole jsem popsala důležité ekonomické a právní pojmy související s nekalou soutěží. V rámci právního pojetí jsem uvedla i některé prostředky ochrany proti nekalé soutěži a také trestní postih nekalé soutěže podle trestního zákona a podle trestního zákoníku.

Ve druhé kapitole jsem výčtem příčin a důsledků ukázala, jak úzce spolu souvisejí nekalá soutěž a ekonomika. Nekalé soutěže se podnikatelé dopouštějí zejména z ekonomických příčin. Nejsilnější bývá touha po zisku a získání dobrého jména na trhu.

Dále jsem se zavázala k popsání dvou případů z praxe a k navržení řešení těchto případů. První případ se týkal zfalšované laboratorní zkoušky. Poškozené firmě jsem zde doporučila bránit se nekalosoutěžnímu jednání žalobou k civilnímu soudu i přesto, že je celý případ složitý. Pokud poškozená firma přistoupí k žalobě, ponese to s sebou mnoho komplikací, které mohou negativně ovlivnit její další odběratelsko – dodavatelské vztahy.

Druhý případ se týkal srovnávací reklamy. Byly zde k dispozici dva srovnávací dokumenty týkající se srovnání emulzních kapalin určených k mazání výhybek na kolejovém svršku, jeden od firmy A a druhý od firmy B. Po ověření všech podmínek, které musí být dle § 50a ObchZ splněny, aby byla srovnávací reklama přípustná, jsem dospěla k názoru, že se v obou případech skutečně jedná o srovnávací reklamu. Poškozená firma B správně reagovala na nekalosoutěžní jednání uplatňované firmou A. Dopisem upozornila na nekalosoutěžní jednání vedení firmy A, jejíž zaměstnanec se tohoto jednání dopustil a žádala zdržení se tohoto jednání pod pohrůžkou soudní žaloby. Poškozená firma B dokonce využila oprávněné obrany tak, že na toto nekalosoutěžní jednání upozornila jejich společného odběratele (SŽDC). Nevhodně se však zachoval zaměstnanec postižené firmy B tím, že přistoupil k témuž jednání – uveřejnil srovnávací

dokument, u něhož jsem dospěla k závěru, že se taktéž jedná o srovnávací reklamu. V tomto případě jsem doporučila firmě A, aby využila svépomocných opatření a žádala zdržení se nekalosoutěžního jednání.

V závěru třetí kapitoly jsem vyslovila vlastní názor a pohled na současnou legislativu týkající se nekalé soutěže. V oblasti obchodního zákoníku jsem dospěla k závěru, že ustanovení tohoto předpisu jsou pro tuto oblast postačující. Ovšem co se týče trestního zákoníku, domnívám se, že je jeho úprava nedostatečná. Jedná se o trestní odpovědnost v souvislosti s trestným činem nekalé soutěže spáchaným podle generální klauzule. Trestní zákoník tuto trestní odpovědnost neumožňuje.

Nakonec jsem pak sepsala vlastní návrhy a doporučení, jak jednat v případě, kdy je subjekt (soutěžitel nebo spotřebitel) poškozen nekalosoutěžním chováním. V každém případě doporučuji jednat. Nedávat rušiteli nejmenší možnost domnívat se, že jeho jednání je v pořádku a že z něj nebudou vyvozeny důsledky.

Toto téma se mi velmi líbilo a bylo pro mě zajímavé. Ověřila jsem si při jeho zpracování své znalosti nabyté v průběhu studia na vysoké škole. Domnívám se, že mě toto téma obohatilo a získala jsem větší zkušenosti v posuzování podobných situací.

POUŽITÉ ZDROJE

Monografické publikace:

- [1] Eliáš, K.; Bejček, J.; Hajn, P.; Ježek, J. a kol. Kurs obchodního práva. 5. vydání. Praha: C. H. Beck, 2007. 610 s. ISBN 978-80-7179-583-4
- [2] Hajn, P. Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži. Brno: Masarykova univerzita, 2000. 329 s. ISBN 80-210-2282-5
- [3] Munková, J. Právo proti nekalé soutěži. Komentář. 3. vydání. Praha: C. H. Beck, 2008. 233 s. ISBN 978-80-7179-543-8
- [4] Šámal, P.; Púry, F.; Rizman, S. Trestní zákon. Komentář. II. díl. 6. Doplněné a přepracované vydání. Praha: C. H. Beck, 2004. 1011 s. ISBN 80-7179-896-7
- [5] Šámal, P. a kol. Trestní zákoník II., § 140 – 421. Komentář. Praha: C. H. Beck, 2009. 1213 s. ISBN 978-80-7400-178-9
- [6] Štenglová, I.; Plíva, S.; Tomsa, M. a kol. Obchodní zákoník. Komentář. 8. vydání. Praha: C. H. Beck, 2003, 1443 s. ISBN 80-7179-685-9
- [7] Večerková, E. Nekalá soutěž a reklama. Vybrané kapitoly. Brno: Masarykova univerzita, 2005. 330 s. ISBN 80-210-3607-9
- [8] Winter, F. Právo a reklama v praxi. Praha: Linde Praha a.s., 2007. ISBN 978-80-7201-654-9

Články v časopisech nebo sbornících:

- [1] Hajn, P. Jak (ne)efektivně regulovat hospodářskou soutěž. Trestněprávní revue, 2003, č. 9
- [2] Hajn, P. Nové skutečnosti v ochraně proti nekalé soutěži. Právní rádce, 2002, č. 2
- [3] Hajn, P. Předběžné opatření ve sporech z nekalé soutěže. Právní rozhledy, 1994, č. 10
- [4] Večerková, E. K současné právní úpravě srovnávací reklamy v nekalé soutěži. Právní fórum, 2004, č. 3
- [5] Žďárský, Z. Civilněprávní a trestněprávní souvislosti nekalé soutěže a ochrany proti ní. Trestněprávní revue, 2003, č. 12

Elektronické zdroje:

- [1] Business center.cz. Dostupné z: <<http://business.center.cz/business/pojmy/>>.
[citováno 2010-03-22]

Právní předpisy:

- [1] Rada pro reklamu - KODEX - Zásady etické reklamní praxe v České republice. Ze dne 2. listopadu 1994
[2] Zákon č. 40/2009 Sb. Trestní zákoník
[3] Zákon č. 40/1995 Sb. o regulaci reklamy
[4] Zákon č. 513/1991 Sb. Obchodní zákoník
[5] Zákon č. 634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele

SEZNAM ZKRATEK

ObchZ	obchodní zákoník
TrZ	trestní zákoník
ObčZ	občanský zákoník
OSŘ	občanský soudní řád

PROHLÁŠENÍ O VYUŽITÍ VÝSLEDKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne

Eliška Niemczykova

.....

Adresa trvalého pobytu studenta:

Lidická 1156/58, 73601 Havířov - Šumbark

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Roční náklady na mazání jedné výhybky mazivem ALFA

Příloha č. 2: Kalkulace nákladů na mazání výhybek

